

Rapport de recherche



Centre d'expertise universitaire voué
au développement des organisations

31/10/2017

Le financement participatif (crowdfunding) – Outil de développement local



Richard-Marc LACASSE, Ph. D.
Berthe LAMBERT, Ph. D.

Projet financé par le CEUDO

Partenaires
VILLE DE LÉVIS ET UQAR

Table des matières

Préambule	01
Introduction	02
1. L'avènement de l'écosystème numérique	02
2. Modèle d'affaires d'un startup fintech	07
3. Le financement participatif	09
4. Synthèse des modèles d'affaires crowdfunding	13
5. Le cas particulier LaRucheQuebec.com	15
6. Le cas particulier Growfunding.be	19
7. Vers un financement participatif de proximité axé sur la ville	22
Conclusion et agenda de recherche	23

Annexes

1. Devis Ceudo	26
2. Affiche	28
3. Mission à Bruxelles	29
4. Rayonnement Colloque Européen 2018	30
5. Coupure de presse	31
6. Statistiques sur La Ruche	32
7. La Ruche – Trois cas types	37
8. Analyse et observations	40
9. Plan d'action en cours	45
10. Listing des Ambassadeurs et mentors	48
11. Observation sur le terrain à Molenbeek (Banlieue de Bruxelles)	50

Préambule

L'avènement de l'Internet des objets (IdO) et des plateformes numériques intelligentes ont causé un véritable tsunami économique dans le monde des services financiers. Notre étude explore l'évolution rapide des modèles d'affaires dans les services financiers, en parallèle avec le développement des nouvelles technologies dans le secteur. Ce rapport traite de la rupture technologique qui survient suite à l'implantation et la multiplication des plateformes numériques de financement. La première section traite de l'avènement de l'écosystème des technologies financières (*fintech*). La seconde section situe le financement participatif (*crowdfunding* et *crowdlending*) au sein de la taxonomie des niches *fintech*. Des modèles théoriques, liés au secteur des services financiers numériques, seront développés, et ce, malgré la complexité du secteur. À cette fin, des données qualitatives fourniront les bases conceptuelles sur lesquelles seront fondés les modèles d'affaires liés au secteur du financement participatif. Ces modèles seront originaux et intuitifs, mais basés sur des observations empiriques et l'étude de deux cas : la plateforme numérique *La Ruche* au Québec et la plateforme numérique *Growfunding* en Belgique. Le rapport se termine sur les éléments de base favorisant le développement du financement participatif de proximité. En annexe, une série de documents appuient la recherche exploratoire.

MOTS-CLEFS: Écosystème *fintech*, financement participatif de proximité, complexité, modèle d'affaires.

Précisions sur l'aspect méthodologique de la recherche exploratoire

Objectifs de la recherche - Acquérir une meilleure connaissance du nouveau phénomène des plateformes numériques de financement participatif (*crowdfunding*) et identifier les facteurs clés de succès d'une plateforme de financement participatif axée sur le développement local et l'entrepreneuriat social.

Questions de recherche - Quels sont les différents modèles d'affaires des plateformes de financement participatif? Quel est l'impact de ces plateformes sur le développement local et l'entrepreneuriat social? Quelles sont les meilleures pratiques? (Étalonnage entre deux plateformes de financement participatif de proximité, l'une au Québec, l'autre en Belgique)

Méthodologie et collecte des données - Dans le cadre de cette recherche internationale sur le *crowdfunding*, la phénoménologie, la recherche observationnelle et expérimentale sont retenues. L'approche concerne l'étude d'un phénomène nouveau en se basant sur l'analyse directe de l'expérience vécue par une nouvelle génération de promoteurs utilisant les plateformes numériques de financement participatif. L'équipe cherche à comprendre l'écosystème *fintech* et explore l'essor du phénomène à travers l'étude de la littérature, l'observation-terrain, les entretiens avec les acteurs, l'accompagnement et l'étalonnage (*benchmarking*).

Introduction - Ce rapport traite, en premier lieu, de l'avènement de l'écosystème complexe des technologies financières (fintech) et tente de démystifier la nature et la portée de la rupture technologique causée par l'avènement des technologies numériques dans les services financiers. Ensuite, des modèles théoriques sur le secteur des plateformes numériques de financement participatif (crowdfunding ou socio-financement) sont développés. À cette fin, des données qualitatives fourniront les bases conceptuelles sur lesquels seront fondés les modèles d'affaires liés au financement participatif de proximité. Ces modèles seront originaux et intuitifs, basés sur des observations empiriques et sur l'étude des plateformes numériques *La Ruche* au Québec et *Growfunding* en Belgique. Au final, ce rapport se veut un regard englobant sur le financement participatif de proximité.

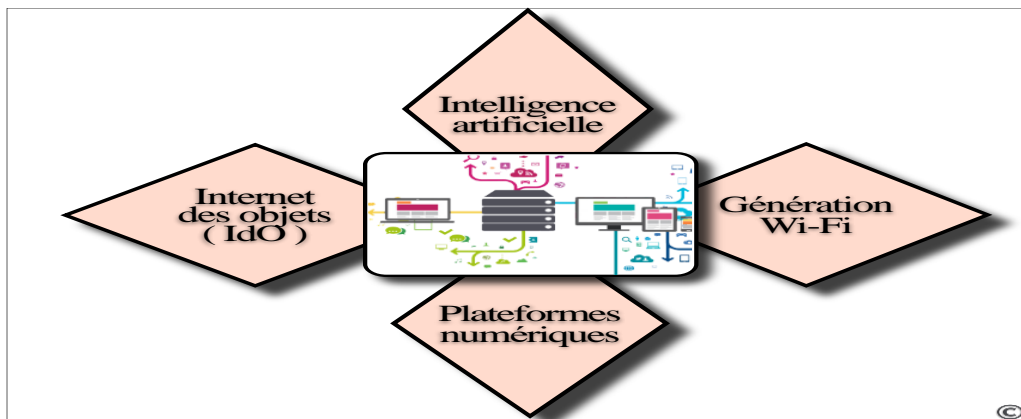
Dans ce rapport les termes « fintech » et « technologie financière » auront la même signification. Définissons, à prime abord, le terme « fintech » - selon le dictionnaire Oxford, il s'agit de « programmes informatiques de technologies utilisés pour soutenir ou permettre des opérations bancaires et des services financiers ». Notre équipe de recherche propose la définition suivante : *un secteur des services financiers à la frontière entre les plateformes numériques et les intelligences artificielles, généralement en rupture avec les services financiers traditionnels* [1].

- 1. L'avènement de l'écosystème numérique** - Au départ, les machines intelligentes étaient programmées dans le simple but de calculer et de remplir des tâches spécifiques; aujourd'hui, elles peuvent aller jusqu'à faire usage du *deep learning*, un ensemble d'algorithmes permettant de modéliser des données avec un haut niveau d'abstraction. Comme le révèle un article de la *BBC News*, un algorithme informatique a été élu au conseil d'administration de *Deep Knowledge Ventures*, une compagnie de Hong Kong : il s'agit d'un robot qui a droit de vote au conseil et fournit un éventail de statistiques sur les sujets discutés par les autres membres. En janvier 2016, Microsoft, Google et Facebook ont tous les trois ouvert leurs outils de *deep learning* en « open source », soutenant que cette décision permettrait à l'intelligence artificielle de se développer beaucoup plus rapidement. Plusieurs institutions bancaires privées utilisent déjà l'intelligence artificielle *Watson* de la compagnie IBM pour prédire le marché boursier. Dans l'arène de la FinTech, l'intelligence artificielle (IA) commence déjà à avoir un impact majeur sur les investissements et sur les comportements des consultants. Dans

certains cas, l'IA elle-même joue le rôle de consultant et interagit directement avec l'utilisateur, sans que le recours à une interface humaine soit nécessaire.

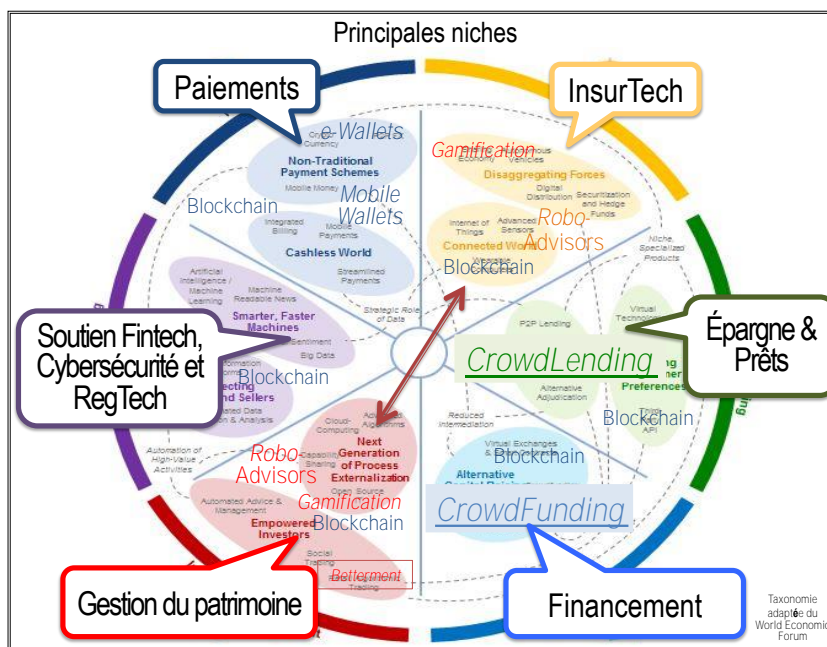
L'avènement de l'Internet des objets (IdO) a également provoqué un bouleversement profond dans le secteur des plateformes numériques : « *Innovations in IoT, which has its roots at MIT, are driving remarkable new technologies and enhancing existing platforms in almost every major industry.* » [2]. L'environnement qui survient ne constitue donc rien de moins qu'un nouvel « écosystème numérique » résultant de la symbiose de l'intelligence artificielle et des plateformes numériques, et réinventant de fond en comble les règles du jeu (voir figure 1).

Figure 1 Ingrédients un nouvel écosystème numérique



Au lendemain de ce tsunami numérique, les limitations géographiques deviennent de moins en moins significatives ; l'information est transmise en temps réel ; les habitudes des consommateurs se modifient (les milléniaux en particuliers). Il s'ensuit que les modèles d'affaires, dans tous les secteurs d'activité, doivent être repensés du tout au tout. À titre d'exemples, la télécopie a été complètement remplacée par le courriel ; l'industrie de la musique doit composer avec les règles d'*iTunes* ; *Blockbuster* a été supplanté par *Netflix* ; *Kodak*, par *iPhoto* ; les libraires doivent partout affronter le géant qu'est devenu *Amazon*. Un rapport de recherche du Forum économique mondial de Davos, en collaboration avec Deloitte (l'un des Big Four), portant sur l'avenir des services financiers, a tracé une taxonomie sur l'innovation de rupture au sein de ceux-ci. L'équipe de recherche a divisé l'écosystème en six niches majeures : Paiements, Technologies de soutien, Gestion du patrimoine (*wealthtech*), Assurance (*insurtech*) , Épargne et prêts, et Financement.

Figure 2 - Niches des solutions financières numériques



À l'intérieur de ces six niches, les auteurs identifient onze zones d'innovation de rupture favorisant la réinvention des modèles d'affaires traditionnels. Dans la figure 2, le crowdlending se situe dans la niche Épargne & Prêts, tandis que le crowdfunding se situe dans la niche Financement. Selon le Forum économique mondial de Davos, des milliers de nouveaux entrepreneurs perturbent le secteur des services financiers traditionnels [3]. Le *EY FinTech Adoption Index* montre que 15,5 % des consommateurs branchés au numérique ont utilisé au moins 2 produits FinTech au cours de l'année 2015. EY (Ernst & Young, l'un des « Big Four ») a étudié les pays les plus avancés au monde sur le plan de la FinTech ; étonnamment, la zone euro semble avoir un retard significatif sur le reste des joueurs. C'est à Hong Kong que l'on retrouve le plus haut taux d'utilisation de la FinTech parmi tous les marchés enquêtés (29,1 %). Les États-Unis sont au second rang avec un taux de 16,5 %. Suivent Singapore (14,7 %), le Royaume-Uni (14,3 %), l'Australie (13%) et le Canada (8,2 %). Ces taux pourraient toutefois doubler au cours de l'année, puisque la sensibilisation aux produits et aux services disponibles augmente continuellement.

Selon EY, le risque de perturbation des institutions traditionnelles est plus marqué que jamais : « *FinTechs are moving in on the traditional financial services landscape and their products and services are catching on. For traditional services companies, including banks, insurers and wealth and asset*

management companies, the risk of disruption is real. » [4]. Toutefois, on dénote également un déni marqué de la part de certains banquiers.

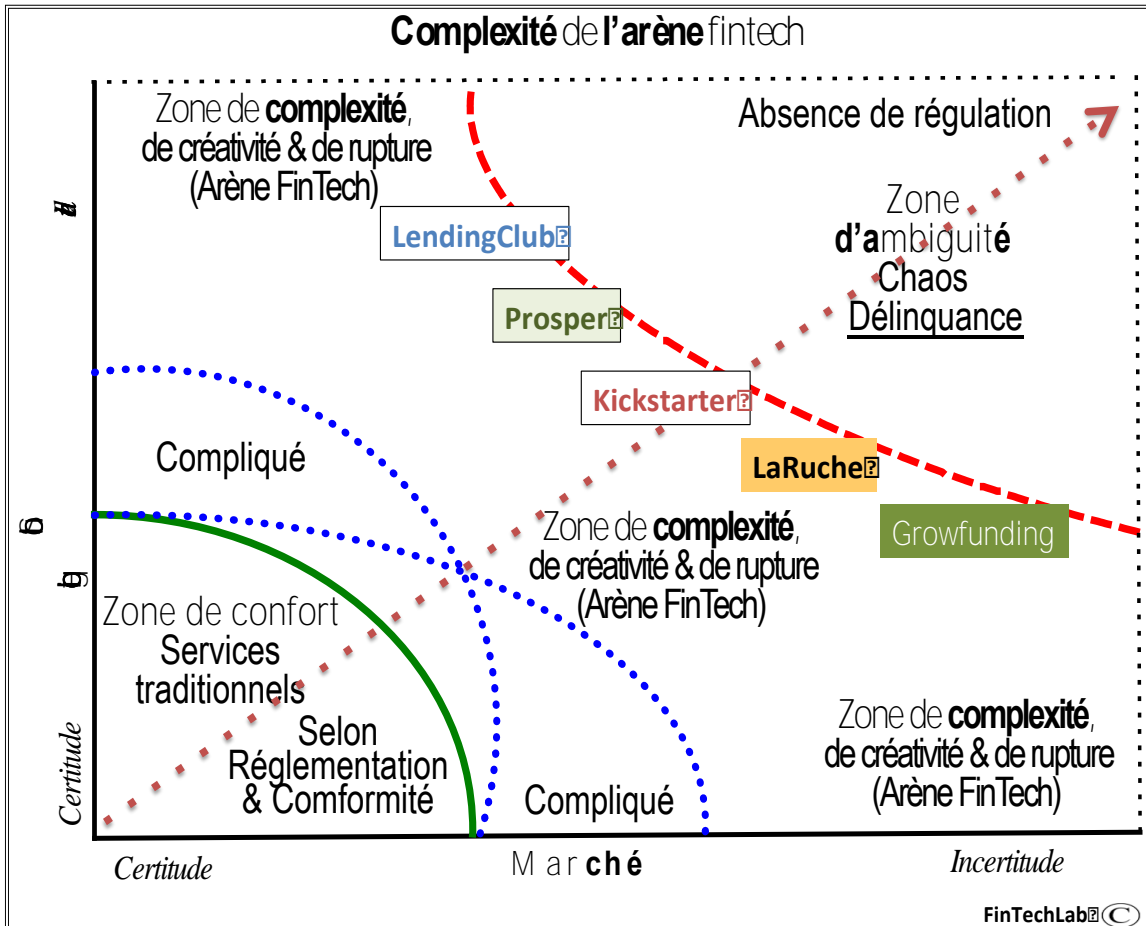
Les plateformes de paiement numérique contribuent à créer un environnement dans lequel les systèmes de paiement sont de plus en plus décentralisés et non-traditionnels. L'Internet des objets et la télématique réinventent complètement la chaîne de valeur de l'industrie des assurances, plus « connectée » que jamais. Le crédit et le dépôt numériques suggèrent de nouveaux modèles de prêts qui viennent eux aussi modifier la dynamique du marché occupé jusqu'ici par les prêteurs traditionnels. La monnaie virtuelle et la crypto-monnaie sont maintenant utilisées pour échanger des biens et des services. Dans les prochaines années, les levées de fonds numériques transformeront les rôles joués par les intermédiaires traditionnels ; l'autonomisation des consommateurs, réalisée par le biais des systèmes intelligents, transformera quant à elle le rôle des conseillers classiques.

L'usage d'outils numériques intelligents conduira à l'avènement d'une situation où les vendeurs et les acheteurs seront mieux connectés plus que jamais auparavant. Les transactions financières telles que nous les connaissons au début du siècle perdront leur importance. Dans un futur proche, l'implication humaine elle-même risque de devenir de plus en plus obsolète ; les institutions financières devront adapter leurs systèmes informatiques et leurs canaux de distribution en conséquence.

Les services financiers qui émergent aujourd'hui confrontent une industrie hautement régulée, peu flexible, qui s'avère de moins en moins capable de rivaliser avec les faibles coûts d'opération liés, par exemple, à l'utilisation d'agents d'assurances virtuels. Par ailleurs, *Manuvie* offre maintenant à ses clients des bracelets *Fitbit* intelligents avec monitoring santé, en échange de rabais sur les primes d'assurance vie. Certaines compagnies ont déjà automatisé le processus des conseils donnés au consommateur : l'allocation d'actifs, ainsi que les services de gestion et d'optimisation des impôts, sont maintenant disponibles en ligne. L'accès à des conseils financiers professionnels, resté longtemps un privilège réservé aux mieux nantis, est désormais démocratisé. Les compagnies en question connaissent présentement un succès fracassant, allant jusqu'à doubler leurs revenus tous les six mois. En réponse, les compagnies de gestion de portefeuille ont adopté des méthodes similaires, notamment par l'implantation de robots-conseillers. La crise financière de 2008 a complètement bouleversé les secteurs financiers ; l'émergence des outils numériques a précipité l'avènement de la FinTech. Ce n'est pas par hasard que la *MIT Sloan School of Management* du Massachusetts offre désormais un cours spécifiquement consacré

à l'innovation de rupture et la FinTech. L'innovation de rupture – de l'anglais « *disruptive innovation* », telle que définie par Clayton Christensen – est une innovation qui crée de la valeur et qui déstabilise un marché en perturbant ou en supplantant ses *leaders* établis. Des concepts qui se dégagent de la matrice de complexité [5] et de la matrice de l'incertitude nous inspirent de nouvelles façons d'étudier un phénomène. Ainsi, l'élaboration d'un modèle exploratoire peut s'avérer révélatrice dans l'analyse des perturbations créatrices dans les services financiers. Le modèle de la figure 3 «Spectre complexe des solutions financières» positionne les problèmes selon le degré de confiance des parties prenantes envers leurs solutions, et également selon la certitude qu'une intervention donnée provoquera l'effet désiré.

Figure 3 Spectre complexe des solutions financières

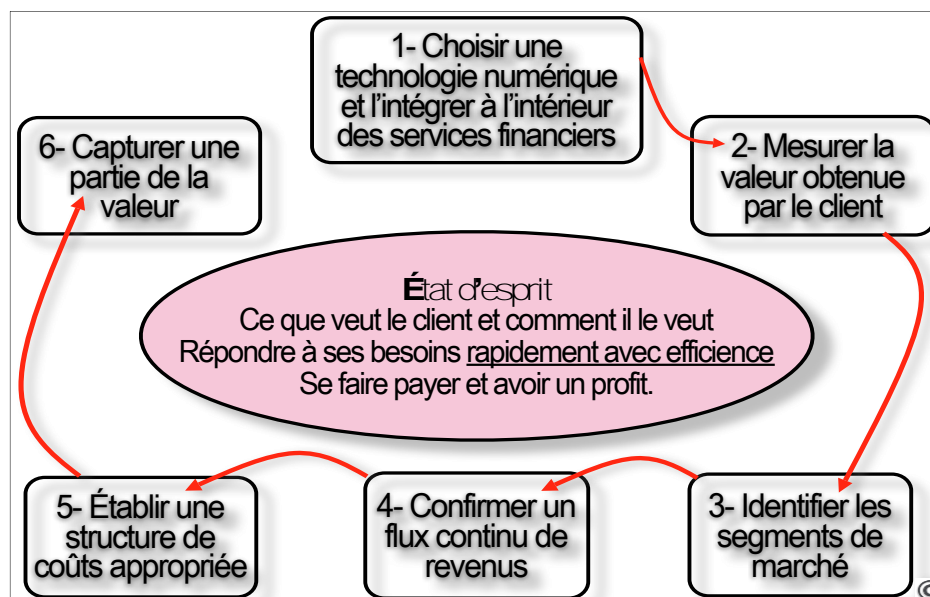


L'axe vertical représente des solutions qui s'éloignent de plus en plus de cette certitude ; l'axe horizontal, un mouvement des marchés classiques vers des marchés de plus en plus instables ou

incertains. Si une grande confiance est présente à l'égard à la fois des solutions et des marchés, les problèmes demeurent simples : une « bonne » réponse existe, et les acteurs traditionnels peuvent rester dans leur zone de confort (Banques traditionnelles). Mais plus la confiance diminue, plus les problèmes deviennent complexes, brouillés, voir chaotiques. Il va sans dire que les services financiers traditionnels préfèrent opérer au sein des zones de confort ; les acteurs qui se situent du côté de la fintech et du financement participatif, quant à eux, sont stimulés, attirés et excités par la « zone de complexité » ou même la zone de turbulence. Contrairement aux services financiers traditionnels, une nouvelle génération d'entrepreneurs numériques se plaît à opérer dans les zones plus complexes et les zones de turbulence. Dans les conditions qui s'éloignent grandement de la certitude (absence de régulation), les outils et les techniques standards deviennent désuets ; les aspects les plus complexes d'une situation donnée deviennent très difficiles à prédire.

De façon générale, l'industrie de la FinTech se situe dans la zone de complexité et d'innovation de rupture. Par exemple, dans le secteur du crowdlending, les firmes LendingClub et Prosper frôlent la zone d'ambiguïté et sont en porte-à-faux avec les autorités règlementaires. Concernant le crowdfunding, les plateformes Kickstarter, Growfunding et La Ruche se situent dans la zone de complexité, de rupture et de créativité; la réglementation limite leur développement. Certains pays tel que le Maroc, le crowdfunding est illégal.

- 2. Le modèle d'affaires d'un startup fintech** - Un modèle d'affaires doit décrire les moyens grâce auxquels une entreprise crée une valeur, que cette valeur soit économique, sociale, culturelle ou autre. Lorsque le promoteur fintech perçoit des sommes d'argent, il se trouve dans l'obligation de produire de la valeur. Dans tous les cas, les entrepreneurs de la FinTech utilisent des plateformes numériques intelligentes de façon créative et proposent des solutions qui sont souvent plus efficaces que celles des services financiers traditionnels. Ils font souvent appel à de nouvelles activités, souvent originales, pour générer un meilleur retour sur investissement. Les entrepreneurs fintech sont donc inventifs au niveau des structures de coûts, des revenus et des exigences de fonds propres. Le modèle théorique (Figure 4) est inspiré de Teece [6] et repose sur l'interconnexion des éléments créant une valeur. Les promoteurs fintech intègrent une technologie numérique aux services financiers et créent, pour la communauté, une proposition de valeur supérieure à celle des services financiers traditionnels.

Figure 4 État d'esprit (*mindset*) du promoteur fintech [7]

La formule qui s'avère profitable est celle qui permet à l'entreprise de créer à la fois sa propre valeur et celle du consommateur. Elle se traduit comme suit : les revenus sont générés à partir de sommes modiques provenant d'une très large communauté. La structure de coûts est principalement assurée par des plateformes numériques efficaces et par de robustes stratégies commerciales (généralement virales). Il est essentiel de s'approprier des ressources-clés telles que de la technologie et l'information, des « jeunes prodiges », des installations, du capital-risque, et des canaux de distribution vers les consommateurs. L'objectif premier est de réunir les ressources-clés les plus importantes : leaders charismatiques, commanditaires majeurs, médias, expertise. Les entreprises fintech qui atteignent le succès sont celles qui opèrent selon des processus de gestion et d'opérations complexes qui leur permettent de répéter leurs activités et d'augmenter leurs revenus de mois en mois. Les entrepreneurs se montrent hautement créatifs en ce qui touche les manières de séduire la communauté de consommateurs, notamment par le biais de campagnes publicitaires virales. Plusieurs entreprises internationales de la FinTech ont toutefois une structure légale complexe et un système comptable opaque rendant difficile la mesure de l'efficacité et la rentabilité de leurs activités. *LendingClub*, la plus vaste plateforme de prêts *peer-to-peer* au monde – évaluée à 3 milliards de dollars US – représente un exemple typique de modèle

d'affaires à succès dans un milieu très règlementé.

3. Le financement participatif (crowdfunding et crowdlending) - En 2003, le musicien Brian Camelio lance une plateforme qui cherche à soutenir les projets dans le monde de la musique en offrant des récompenses en retour : la première plateforme de *crowdfunding* est née. Depuis, son succès a inspiré des milliers de sites web semblables à travers le monde. Le financement participatif, toutefois, n'est pas complètement à l'abri d'abus potentiels : selon le FBI, suite au désastre de l'ouragan Katrina en 2005, plus de 2,400 sites web frauduleux sont parvenus à soutirer des millions de dollars à des donateurs bien intentionnés [8]. Plus récemment, *Ezubao*, une plateforme de *peer-to-peer* chinoise, a également soutiré 7,6 milliards de dollars à 900 investisseurs. Il ne s'agit là, toutefois, que de la face sombre de la médaille. De l'autre côté, la célèbre plateforme *Kickstarter*, basée à New York, a propulsé le *crowdfunding* à des sommets inégalés : depuis son inauguration en 2010, elle a amassé plus de 3,2 milliards de dollars, de la part de 14 millions d'investisseurs, pour financer 132,000 projets innovants dans des secteurs diversifiés tels que la technologie, les sports, le cinéma, la musique, les arts, etc. Les modèles de financement participatifs basés sur le prêt demeurent toutefois les plus importants : 64 milliards de dollars ont été amassés en 2015 [9]. Bien que la plupart des plateformes soient nord-américaines, le Royaume-Uni ne demeure pas en reste : selon une évaluation réalisée par un consortium de chercheurs des Universités de Cambridge et de Berkeley, qui ont étudié le phénomène au Royaume-Uni, les promoteurs ont amassé 8 milliards de dollars US par le biais du *crowdlending* en 2015 [10].

Le financement participatif formule prêts (crowdlending ou P2P lending) a connu son essor suite à la crise financière de 2008. Une partie de la population, bien que solvable, comme les jeunes salariés ou les travailleurs autonomes n'ont pas accès au crédit classique. L'explosion des réseaux sociaux a permis, à l'aide des applications numériques, la mise en place des plateformes de prêts. La plus populaire est le site LendingClub aux États-Unis. Depuis sa création, des millions de prêts ont été accordés pour un total de 26 milliard US\$. 70 % de ces prêts ont servi à refinancer des prêts existants ou à payer des cartes de crédit. Le rendement pour les prêteurs se situe entre 5 et 9 %. Le socio financement par don, bien que plus marginal, se distingue par le fait que le donateur ne reçoit rien en retour, comme lorsque nous effectuons un don pour un organisme de charité. Lancée en 2010, la plateforme gofundme.com exploite

ce type de financement, ayant récolté 1 milliard en 2014, les usagers amassent en moyenne 4 M\$ par jour. Le site exige des frais d'environ 8 % sur les dons.

Deux joueurs se disputent la première place dans le crowdfunding par récompense; Kickstarter et Indiegogo. Deux campagnes de financement sur Kickstarter ont retenu l'attention dans les dernières années. La première est celle du jeu vidéo « Star Citizen », qui a débuté en octobre 2012 sous deux plateformes, soit Kickstarter et une plateforme créée par les développeurs du jeu vidéo. La campagne Kickstarter s'est terminée fin 2012 en amassant 4,2 M\$, sur un objectif de 500 000\$, la plus grande somme jamais obtenue dans la catégorie des jeux vidéo. La plateforme de financement dédiée au jeu vidéo a continué à récolter des dons atteignant 90 M\$ en octobre 2015; faisant de cette campagne, la plus longue et la plus payante de la jeune histoire du crowdfunding. Kickstarter a aussi fait parler d'elle avec la campagne réussie de la montre intelligente Pebble. La compagnie Pebble Technology Corporation a amassé 10,3 M\$ lors de sa campagne du 11 avril au 18 mai 2012; c'est encore aujourd'hui la campagne qui a récolté la plus grande somme dans l'histoire de la plateforme Kickstarter. La chaîne de magasin d'électronique Best Buy est embarquée dans la vague en mettant en vente la désormais célèbre montre en juillet 2013 et 5 jours plus tard, il y avait rupture de stock. Le projet avait atteint son objectif de 500 000 \$ en 17 minutes, en 49 minutes, il obtenait 1M\$, fracassant tous les records. Ses créateurs ont récidivé avec la seconde mouture de leur montre, la Pebble Time, qui a obtenu 20,3 M\$. Selon les estimations de la banque mondiale, le crowdfunding atteindrait 90 G\$ d'ici 2020. Plus jeune et plus réglementé, le financement participatif en capital (*equity*) aurait un avenir en or. Le capital de risque, un marché d'environ 30 G\$ annuellement est contrôlé majoritairement par les banques et les anges financiers transigeraient pour près de 20 G\$. Aux États-Unis, le financement participatif en capital de risque est disponible au public depuis septembre 2013 grâce au « JOBS Act » et bien que restreint aux investisseurs accrédités, le marché est d'environ 1G\$ d'investissement sur le web et pourrait atteindre 2,5 G\$ en 2015. Le premier site et l'un des plus populaires, Equitynet, fondé en 2005, a permis d'amasser plus de 300 M\$ aux États-Unis. Au Québec, la première plateforme en financement participatif en capital, Gotroo1, a vu le jour en 2015.

1 <https://www.gotroo.com/fr/>

Aspect légal - Le financement participatif en capital (equity crowdfunding) permet aux investisseurs de souscrire une participation dans une entreprise dans l'espoir de réaliser un profit, ce qui n'est pas le cas des modèles basés sur les dons et les récompenses. Le financement participatif en capital devient une façon pour les entreprises, particulièrement celles ayant besoin de mobiliser des capitaux sans avoir à faire un premier appel public à l'épargne. L'Autorité des Marchés Financiers au Québec (AMF) ainsi que cinq autres provinces ont émis un nouvel avis permettant le financement participatif en capital pour les entreprises en démarrage. Pour une plateforme évoluant au Québec, cela signifie aucun besoin de s'inscrire comme courtier avec la mise en œuvre de dispenses d'inscription et de prospectus harmonisées. Une plateforme est soumise à certaines règles, comme celle qui l'oblige à être basée en sol canadien et le conseil d'administration doit être composé à majorité de résidents canadiens. L'AMF permet aux entreprises d'amasser jusqu'à 500 000 \$ par année en deux rondes. Un investisseur ne pourra mettre plus de 1500 \$ dans chaque ronde; cela équivaut à 167 actionnaires minimum pour atteindre 250 000\$ et le placement peut rester ouvert au maximum 90 jours. Début novembre 2015, grâce au règlement 45-108², l'Ontario annonce qu'il va permettre le sociofinancement par capital, jusqu'à concurrence de 1,5 M\$ par période de 12 mois dès le début de 2016 accessible à toute entreprise. Les plateformes doivent être inscrites via les autorités règlementaires comme courtier. Les investisseurs non accrédités seront limités à un maximum de 2 500 \$ par investissement et 10 000 \$ par an (en Ontario). Pour leur part, les investisseurs accrédités pourront investir jusqu'à 25 000 \$. Pour être investisseur accrédité, une personne doit avoir un revenu net de plus de 200 000 \$ et des actifs de plus de 1M\$. L'introduction du financement participatif en capital marque un pas important vers l'expansion des mécanismes de collecte de capitaux particulièrement pour les PME et les startups. Une des craintes manifestées par le marché demeure qu'il est difficile pour une startup de gérer les relations avec tous ces nouveaux investisseurs; un autre inconvénient, il y a plusieurs types de financement en capital selon les provinces. *FrontFundr* est la première plateforme autorisée par

² <https://www.lautorite.qc.ca/fr/historique-reglement-45-108-pro.html>

l'AMF pouvant réaliser des projets de financement participatif en capital. Cette plateforme a déjà complété un financement et 2 projets sont sur les rangs pour atteindre leur objectif.

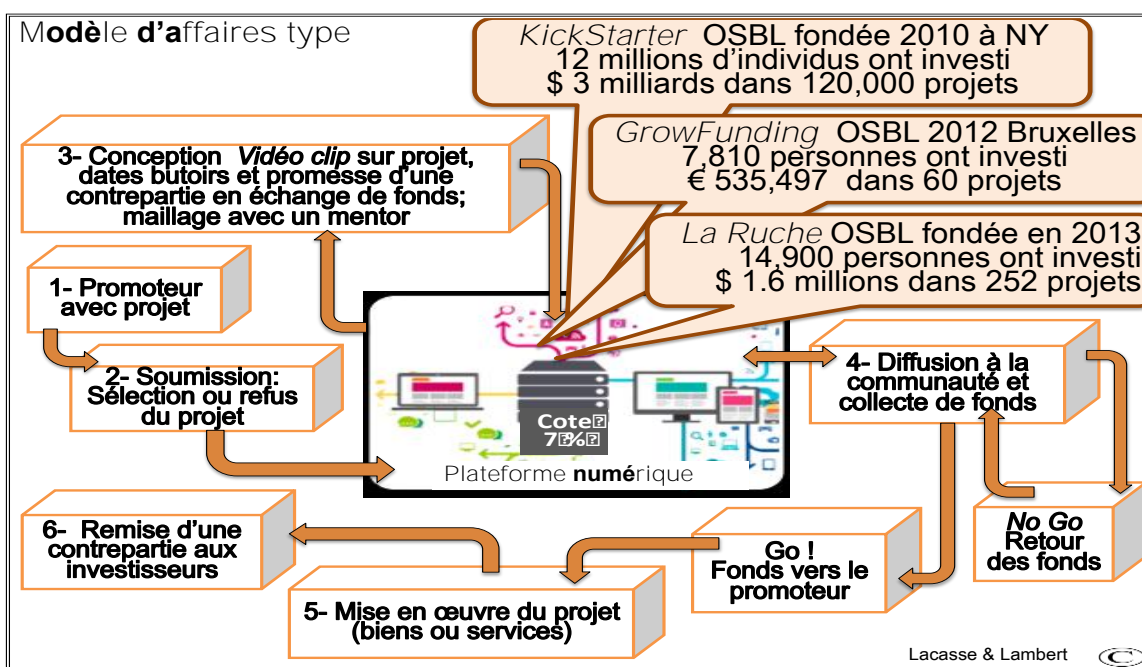
L'agence de revenu du Canada (ARC) a publié une première ligne directrice³ en 2013 qui risquait de réduire l'attrait du financement participatif puisque la position de l'ARC était alors d'imposer ces montants comme un revenu d'entreprise.⁴ En 2015, la position de l'ARC a changé et selon les types de sociofinancement, les sommes reçues pourraient être non imposables dans le cas de dons. Dans le cas d'une entreprise qui fabriquerait des vélos intelligents, la récompense serait imposable pour celle-ci, mais elle pourrait aussi déduire les dépenses de sa campagne. L'ARC a affirmé que le crowdfunding n'est pas imposable s'il n'y a aucun doute que les sommes amassées sont sous forme de prêt ou de capital.

³ <http://www.finance-investissement.com/zone-experts/crowdfunding-la-fiscalite-du-financement-participatif/a/57129>

⁴ http://crowdfunding.cmf-fmc.ca/fr/regulatory_updates

4. Synthèse des modèles d'affaires crowdfunding - Les modèles d'affaires principaux du *crowdfunding* sont les suivants : la récompense, la prévente, le don, l'investissement en capital (équité) et le prêt.

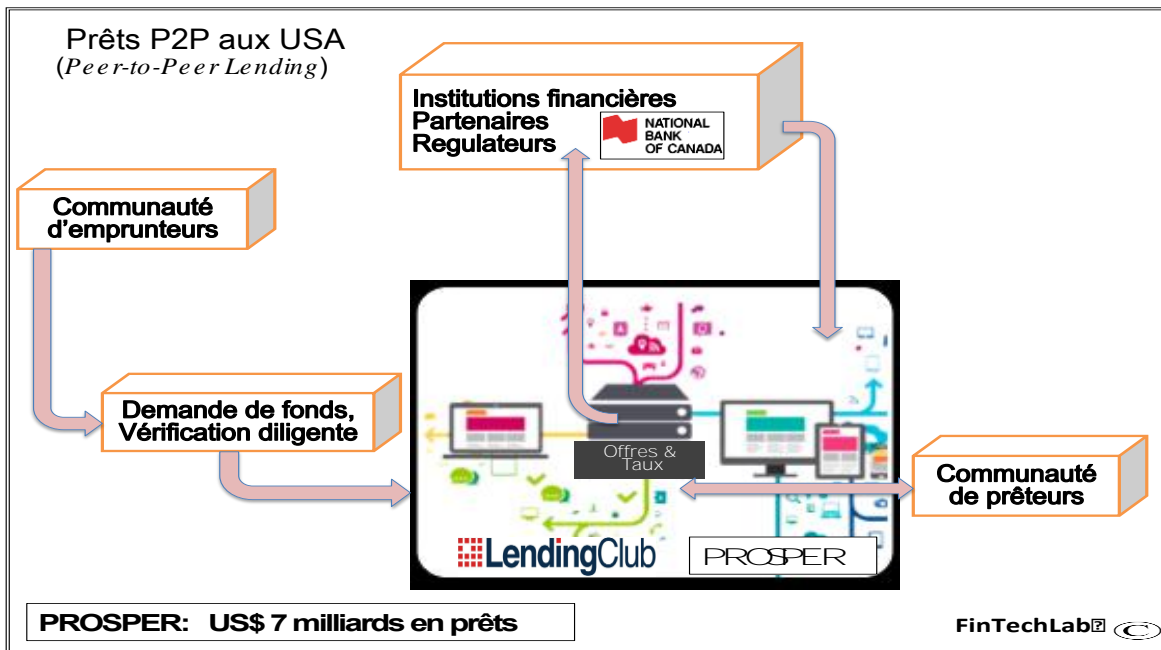
Figure 5 Modèle d'affaires typique du crowdfunding



Voici une description sommaire des différents modèles d'affaires :

La récompense (*reward-based*) – Le modèle de la récompense permet aux entrepreneurs d'amasser des dons pour un projet de plus petite envergure, tout en offrant, en échange des sommes perçues, des récompenses qui revêtent une valeur symbolique plutôt que financière (voir figure 5).

Le prêt (*crowdlending*) – Dans ce modèle, le promoteur emprunte de l'argent à un groupe de personnes plutôt qu'à une institution financière. La plateforme peut remplir divers rôles : parfois, elle joue celui d'un intermédiaire et se charge de repayer les prêteurs, mais elle peut aussi agir à simple titre d'« entremetteur », en mettant en contact les promoteurs et les investisseurs potentiels. La figure 6 décrit le modèle d'affaires des deux leaders Nord-américains dans le secteur du crowdlending: LendingClub et Prosper.

Figure 6 Modèle d'affaires typique du *crowdlending*

La prévente – Dans une campagne de financement participatif basée sur ce modèle, un produit ou un service est proposé en ligne ; les « investisseurs » ont l’option de le précommander – signifiant ainsi leur intérêt pour le produit ou le service en question – en payant le montant dû à l’avance. Ce processus remplace les enquêtes de marché classiques, tout en fournissant les fonds de roulement nécessaires au projet.

Le don – Ce modèle concerne les organismes à but non lucratif. Les fonds sont amassés dans des buts altruistes ou spirituels. Les donateurs sont loyaux, et les promoteurs se font généralement un devoir de les tenir informés du déroulement du projet, afin d’assurer des dons continus.

L’investissement en capital – *equity crowdfunding* – survient lorsque le promoteur désire soulever du capital de risque grâce à la communauté plutôt que de la part de courtiers. Il repose sur l’émission d’actions ; aux États-Unis, il a été légalisé par le *JOBS act* de 2013. À ce niveau, le Canada prend du retard : ses gouvernements provinciaux et territoriaux n’ont toujours pas adopté une politique unifiée.

5. Le cas particulier de LaRucheQuebec.com – La capitale nationale du Québec n’a pas été grandement affectée par la crise financière de 2008 comparativement à plusieurs villes en Amérique du Nord. Durant cette année, le gouvernement du Québec investissait massivement dans les immobilisations ; la ville de Québec finançait les festivités du 400^{ième}. En 2009, après les festivités, la communauté d’affaires de la ville de Québec souhaitait conserver l’effervescence vécue l’année précédente. Pour ce faire, certains gens d’affaires, par l’entremise de l’organisme *Ça bouge* décide d’investir dans des événements locaux qui favorisent la croissance économique de la ville. La mission de *Ça bouge!* était de contribuer concrètement à faire bouger et rayonner Québec pour y maintenir une situation économique solide⁵.

La mobilisation des gens d’affaires aura permis de verser 750 000\$ sur trois ans au fonds des grands événements de la ville de Québec. Ces sommes versées ont permis de présenter des événements tels que le Moulin à image et le Cirque du soleil de façon gratuite dans la ville de Québec. Le mouvement *Ça bouge!* prend conscience d’un nouveau phénomène mondial suite à l’avènement des plateformes de financement participatif, donnant lieu au lancement de La Ruche en avril 2013. La Ruche devient le volet social de *Ça bouge!* Contrairement aux autres sites de financement participatif, les projets de la Ruche doivent laisser une empreinte directe sur la ville de Québec. Il faut que la collectivité soit en mesure de profiter des projets offerts par cet organisme à but non lucratif ; cet élément constitutif de la Ruche rend cette plateforme unique au Canada, car elle pense localement et le tout axé aux bénéfices de la ville de Québec. Il s’agit ici d’une occasion d’affaires pour l’ensemble de la population à participer à l’essor économique de la ville.

Chaque projet doit établir son objectif de financement, cette étape est importante, car la plateforme est de type tout ou rien, c’est-à-dire que la personne qui présente un projet reçoit les sommes seulement si son objectif est atteint à un minimum de 100%. Si la cible n’est pas atteinte alors aucune transaction monétaire ne sera effectuée. À l’atteinte de la cible, les

⁵ Plan d’action la Ruche 2015-2016

transactions sont effectuées par PayPal qui charge des frais de 3% du montant recueilli pour effectuer les transactions ainsi que des frais de 7% chargé par la Ruche. En contrepartie le donateur va recevoir une récompense en fonction de la somme remise.

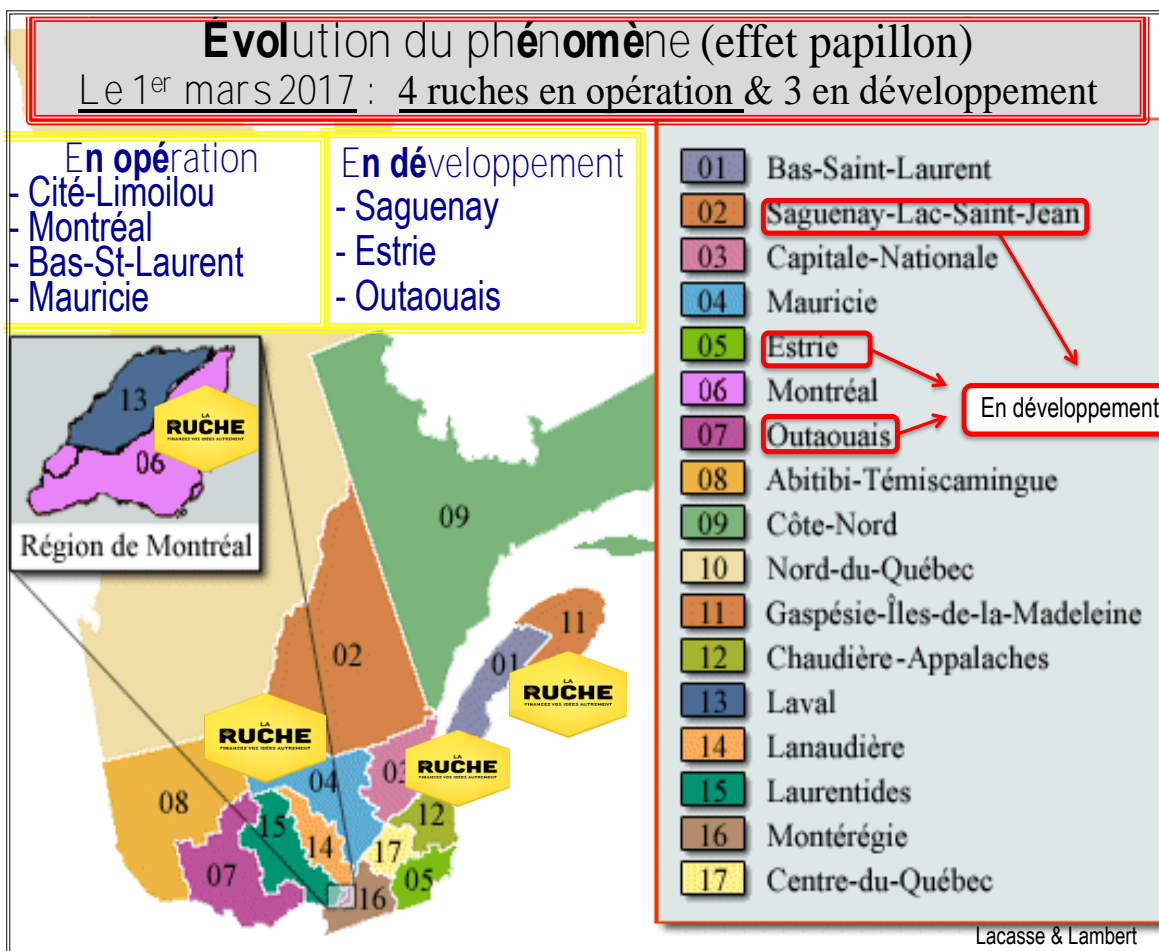
La contribution des membres du mouvement *Ça bouge!* est encore présente, mais sous une autre forme. Au lieu d'une contribution financière dans le fonds des grands événements, les gens d'affaires vont offrir leur temps à titre d'anges-conseils auprès des gens ayant des projets. Ils se nomment maintenant le SM-40⁶. Il s'agit de 60 personnalités ayant réussi dans le monde des affaires et qui souhaitent améliorer le sort de la ville de Québec. Ils proviennent de plusieurs secteurs d'activités et ont des parcours différents. L'apport de ces intervenants ajoute énormément de crédibilité à la plateforme La Ruche. C'est d'ailleurs à partir de la contribution de plusieurs membres que le site de socio-financement a été créé.

La ville de Québec demeure également un partenaire important: le bureau, la ligne téléphonique et les équipements sont fournis par la ville de Québec. En janvier 2016, lors du début de la recherche, il n'y avait qu'une seule «ruche», celle de Limoilou.

En 2017, La Ruche est en train de faire des « petites ruches » tant à Montréal qu'en région (Bas-Saint-Laurent et Mauricie). D'autres «ruches» sont en gestation au Saguenay, en Outaouais et en Estrie. (Voir Figure 7)

⁶ Annexe la liste des membres du SM40

Figure 7 - Le nouveau territoire de La Ruche

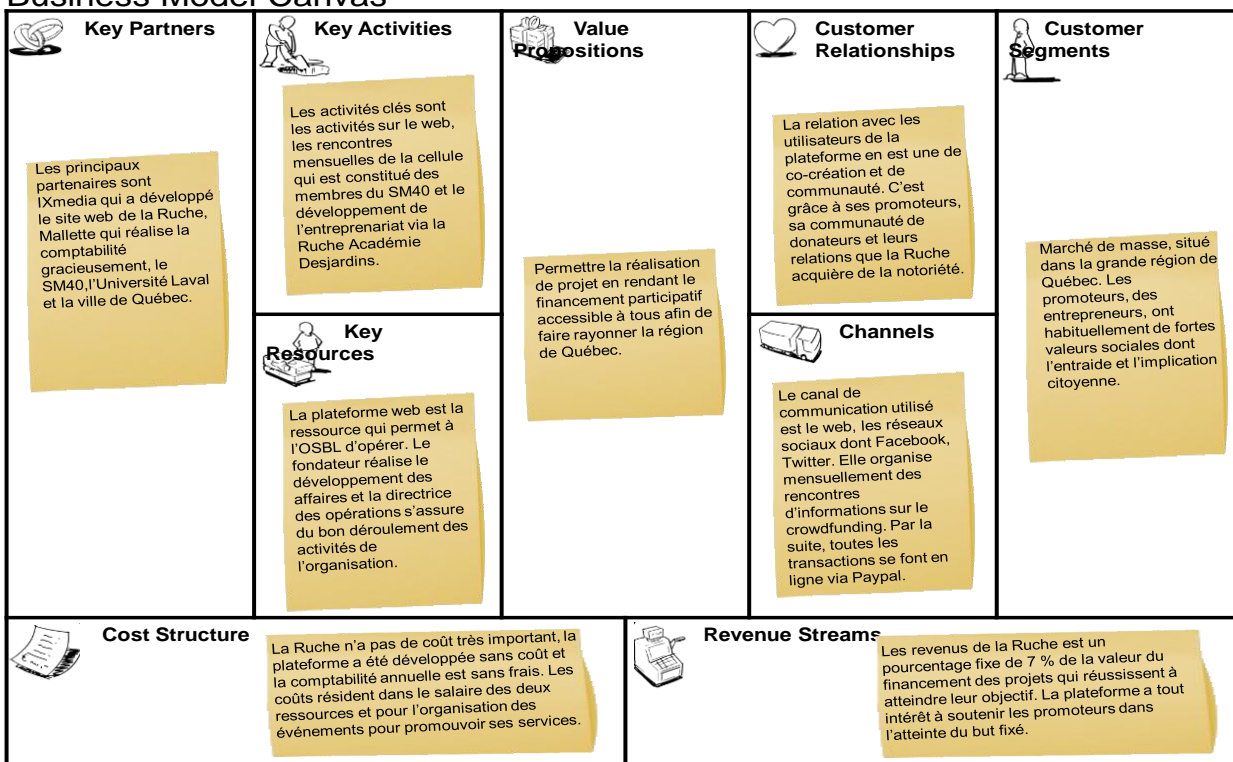


Afin de mieux saisir le modèle d'affaires de La Ruche, une radiographie du modèle d'affaires a été effectuée en s'inspirant du canevas *Business Model Nouvelle Génération* d'Osterwalder. La matrice en Figure 8 est constituée de 9 blocs stratégiques proposés dans le volume *Business Model 7*. Cette grille se veut une façon simple, concrète et pertinente d'illustrer le fonctionnement de la Ruche par

l'entremise de neuf éléments qui décrivent la dynamique de cet organisme sans but lucratif. Le Tableau 1 décrit le processus de base.

Figure 8 - Business Model de La Ruche

Business Model Canvas -



<http://www.businessmodelgeneration.com>

Tableau 1 – La Ruche Comment ça fonctionne?

1. Le promoteur inscrit son projet sur la plateforme de sociofinancement au www.laruchequebec.com. Que ce soit pour le démarrage d'une entreprise, pour la participation à une compétition sportive ou la réalisation d'une production culturelle.
2. Avant de l'inscrire en bonne et due forme, le promoteur peut, s'il le désire, aller présenter son projet devant des ambassadeurs de La Ruche. Ils sont une soixantaine. Des personnalités de la région de Québec venant de tous les horizons et qui ont bâti un riche réseau de contacts. Les ambassadeurs passeront le projet au crible et conseilleront le promoteur sur les meilleures façons de piquer l'intérêt d'éventuels donateurs.
3. L'inscription sur La Ruche doit être accompagnée d'une vidéo et d'un texte présentant le promoteur et le projet.
4. Le promoteur détermine le montant des fonds dont il a besoin, la durée de la campagne de financement et les différentes récompenses qui seront accordées aux donateurs.
5. Pour recevoir les dons versés, le promoteur doit avoir recueilli, dans les délais établis, le montant prévu pour la réalisation de son projet. Si la campagne de financement n'a pas atteint son objectif, les dons ne seront pas facturés.

6. Le cas particulier de Growfunding.be - Fin 2012, le *Fonds social européen* a approuvé la demande d'un projet de recherche du groupe MIRO dans le cadre de la formation Travail social, Odisee (anciennement HUBrussel). Les chercheurs ont eu un an pour répondre à la question suivante: « *Comment le crowdfunding peut-il aider à exploiter le potentiel social, culturel et économique de la ville ?* ». Avec le soutien de cinq partenaires bruxellois (Beursschouwborg, Cultuurnet, Globe Aroma, Met-X et SoCrowd) et de la plateforme de crowdfunding néerlandaise Voordekunst.nl, l'objectif était de mettre au point un projet de plateforme de crowdfunding social innovante et adaptée à la ville. Une équipe de chercheurs ont mis en place un projet-pilote à Bruxelles. À partir de décembre 2013, Growfunding lance treize petits projets en trois mois. Au cours de ces trois mois, 1 440 growfunders (contributeurs) ont apporté leur soutien à ces projets, pour un montant total de 66 600 euros. Huit des treize projets ont pu être mis en œuvre.

Sur la base de ces résultats et de l'expérience acquise lors du projet-pilote, Growfunding a été définitivement mis en ligne en octobre 2014. Depuis lors, plus d'une soixantaine de projets ont été lancés. Le pourcentage de réussite a été de 94 %. Growfunding, anciennement intégré dans l'Odisee Hogeschool, sur Campus Brussels devient autonome grâce à des subventions structurelles du Brusselse Stedenfonds (COCON). Growfunding est entièrement autonome à partir de juillet 2016 en tant qu'organisme à but non lucratif.

Le modèle Growfunding - Plateforme numérique axée sur l'implication sociale et le développement d'une municipalité. Growfunding est une plateforme bruxelloise sociale et innovante qui recourt au modèle « récompense » (*reward based crowdfunding*) pour la mise en place de nouveaux projets (urbains). Growfunding sert de levier financier pour les projets, mais se veut également une méthode participative, un canal de communication, un outil de réseautage et un parcours éducatif. Growfunding veut construire la ville ensemble, à travers une approche ascendante en impliquant toutes les parties prenantes (*bottom up urban projects*). Le crowdfunding social est en plein essor à Bruxelles. Growfunding et Socrowd (prêts participatifs) sont les deux principaux acteurs du secteur actuellement. Les deux plateformes partagent la même vision : le crowdfunding social fait du financement participatif un outil de changement de la société civile. Grâce au crowdfunding social, des ressources financières et des moyens sont mis à disposition de projets ayant un impact positif sur la ville de Bruxelles et sa

banlieue. Les citoyens sont ainsi appelés à participer à des projets qui, chacun à sa manière, apportent une réponse aux défis sociaux et urbains actuels.

Reward-based via Growfunding - Growfunding fonctionne sur la base de récompenses. En échange de votre contribution, vous recevez une récompense originale qui vous implique d'une manière ou d'une autre dans le projet. Les responsables de projet peuvent utiliser cette plateforme pour réaliser divers projets. Growfunding est donc bien plus qu'un simple instrument de financement.

Instrument de réseautage - En tant que responsable de projet, le citoyen ne souhaite pas uniquement impliquer son environnement social immédiat, mais également développer de nouveaux réseaux. Lorsque vous lancez un projet via Growfunding, vous invitez non seulement votre environnement immédiat, mais également la société au sens large à participer. Lors de l'élaboration d'une campagne de financement, les promoteurs apprennent comment créer de nouveaux contacts et atteindre des organisations à différents niveaux et dans divers domaines.

Méthode de participation, d'inclusion et d'intégration - S'il est important d'informer les gens sur votre projet, il est également essentiel de les impliquer activement. Cette dimension supplémentaire est primordiale pour Growfunding. Les récompenses sont très importantes dans ce cadre. Avec les responsables de projet, Growfunding cherche des récompenses originales permettant de rapprocher les growfunders et les responsables de projet. Les growfunders deviennent participants.

Outils d'apprentissage - Plusieurs éléments entrent en ligne de compte lors du lancement d'un projet Growfunding. Une personne ou une organisation présentant un projet intéressant peut compter sur un accompagnement spécifique concernant le lancement du projet :

- *Comment vendre votre projet?*
- *Comment atteindre les bonnes personnes?*
- *Comment activer vos réseaux sociaux?*
- *Comment impliquer activement d'autres personnes à votre projet?*
- *Quelles récompenses proposer?*
- *Comment décrire votre projet dans une vidéo en ligne?*

Image positive de la ville de Bruxelles et de ses environs - Chaque projet Growfunding est une belle histoire de Bruxellois qui s'impliquent pour le développement social de leur ville. Tous les citoyens sont invités à emboîter le pas. Growfunding donne une image positive de Bruxelles en tant que ville créative, sociale et entreprenante, tant auprès des citoyens que des leaders d'opinion et des acteurs politiques aux niveaux local, régional et national. En tant que plateforme de communication, Growfunding amplifie l'image positive de Bruxelles.

Fonctionnement de la plateforme - Growfunding repose sur deux principes : *récompenses* et *tout ou rien*. En échange de votre contribution à un projet, vous recevez une récompense sur mesure (billets de spectacle, invitation VIP, carte-repas, CD-musique, aliment bio, etc.). Tous les projets présents sur Growfunding.be sont sélectionnés par l'équipe de coordination Growfunding qui assure la saine gestion. Ainsi, les contributions sont utilisées à bon escient.

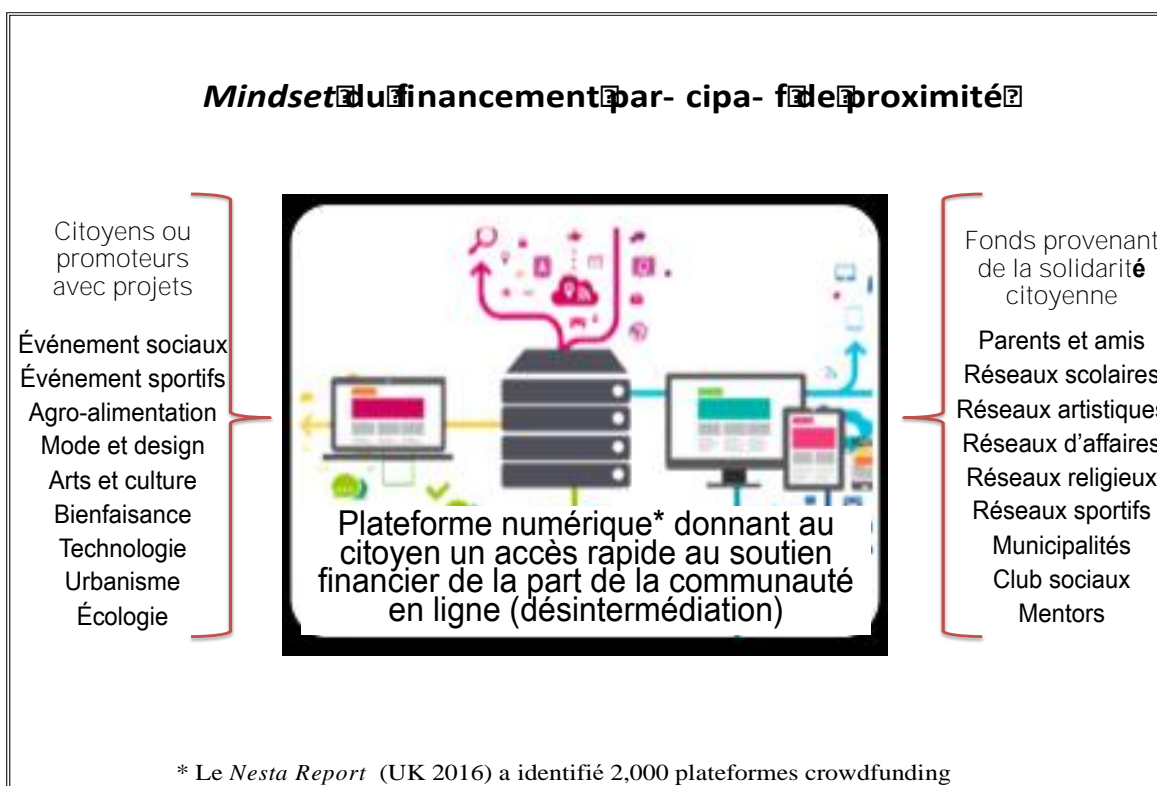
Ce n'est qu'à partir du moment où 100 % du montant visé a été atteint que la campagne est considérée comme réussie ; le montant est alors remis aux responsables du projet. Si l'objectif n'est pas atteint, les growfunders sont remboursés.

Prêts sans intérêts via Socrowd – SoCrowd (signifiant *social crowdfunding*) est un véhicule de financement innovant pour les projets présentant une plus-value sociale. SoCrowd apporte une aide financière à des initiatives durables dans le secteur social et culturel. À travers un modèle de cofinancement, la Growfunding crée le lien entre les projets et SoCrowd. Pour chaque euro collecté par un projet sur Growfunding, l'organisme SoCrowd peut allouer jusqu'à 3 euros sous la forme d'un prêt sans intérêts.

Soutien des citoyens – Toute la communauté bruxelloise est invitée à visiter la plateforme de financement participatif Growfunding. Un éventail de projets en campagne de financement est présenté. Lors d'une première visite d'un contributeur (growfunder), désirant soutenir un projet, un compte est créé. Après le survol des projets en cours, le growfunder clique le montant de la contribution. En échange d'une contribution, le growfunder reçoit une récompense de la part des responsables de projet. La contribution reste en attente sur un compte sécurisé jusqu'à la fin de la campagne. Une fois l'objectif atteint, le responsable de projet prend contact avec les contributeurs. Il leur explique quand et comment ils recevront la récompense. Si le montant visé n'est pas atteint, Growfunding rembourse tous les growfunders.

7. Vers un modèle de financement participatif de proximité axé sur la ville - Une stratégie de développement axée sur le crowdfunding et l'émancipation sociale d'une ville doit impliquer toutes les parties prenantes de la municipalité. Nos observations dénotent, tant dans le cas de la ville de Québec que dans le cas de la ville de Bruxelles, que les autorités locales et régionales ont appuyé financièrement la mise en route de la plateforme numérique de financement participatif. Simultanément, il a fallu y attacher un «champion» ou un «prophète» pour éveiller, stimuler et animer la communauté locale. À ce champion doit se greffer des experts en plateformes numériques, des mentors, des gens d'affaires et des universitaires pour accompagner les promoteurs et leurs projets. Les médias écrits et numériques deviennent également de bons complices concernant la visibilité et la notoriété des activités.

Figure 9 – Mindset civique du crowdfunding axé sur le développement de la ville



La figure 9 (*Mindset* civique du financement participatif de proximité) se veut la symbiose des modèles Growfunding et La Ruche. L'esprit (*mindset*) derrière ces plateformes : tout projet (à

but lucratif ou non) possède une fenêtre lui permettant de mettre en valeur sa vision du futur de la ville. Le tableau présente les éléments de base d'un modèle axé sur le développement socioculturel et économique d'une ville par de petits projets innovants. Les descriptifs sommaires des projets sont mis en ligne sur la plateforme.

La plateforme de financement participatif de proximité moussé et accompagne les projets qui sont souvent en marge et à saveur sociale, culturelle et écologique. Notons que le modèle Growfunding.be est réellement axé sur l'inclusion du citoyen et le développement du tissu social de la ville par des projets innovants. Par l'implication des citoyens de toutes les classes sociales, cette plateforme est en train de changer l'aspect de la banlieue de Bruxelles (Molenbeek en particulier).

Ainsi, une plateforme de socio-financement peut démocratiser la pratique du « financement participatif citoyen ». Cet outil de collecte de fonds permet à un grand nombre de personnes de financer des projets d'intérêt général, à but non lucratif (ou micro-entreprises artisanales à but lucratif). Le crowdfunding de proximité vise à intégrer les personnes exclues des outils de financement traditionnels. Le financement participatif de proximité implique et émancipe les habitants dans leur quartier et leur ville. La plateforme joue également un rôle d'intermédiaire entre les différents acteurs d'un territoire.

9. Conclusion - Vers un agenda de recherche ambitieux – Un rapport de la Banque mondiale affirme que le *crowdfunding* pourrait être une façon, pour les pays émergents, de favoriser l'entrepreneuriat local en évitant la lourdeur et la complexité des méthodes de financement traditionnelles : « *Developing economies have the potential to drive growth by employing crowdfunding to leapfrog the traditional capital market structures and financial regulatory regimes... (...) Together, they have the ability to deploy up to US\$96 billion a year by 2025 in crowdfunding investments.* » [11]. Le financement participatif pourrait donc devenir un facteur de croissance majeur dans les pays émergents. Le financement participatif pourrait chambouler complètement les services financiers à la grandeur de la planète. Dans chaque cas, la technologie numérique profite au consommateur ou client : les nouveaux services numériques se révèlent souvent plus efficaces que ceux offerts par les services financiers traditionnels.

Ainsi, les milieux académiques se retrouvent face à une pléthore de nouvelles voies de recherche [12] :

- Au niveau du développement local, est-ce que le crowdfunding de proximité type Growfunding.be pourrait dynamiser et démocratiser le développement urbain ? (Voir en Annexe 4, l'objet de la conférence internationale 2018 sur le financement participatif de proximité)
- Pourquoi y a-t-il un décalage entre l'attitude des acteurs du financement participatif et l'attitude des autorités réglementaires?
- Comment les États-Unis et la Chine sont devenus le leader mondial dans le secteur du financement participatif?
- Quels seront les impacts du financement participatif sur l'infrastructure des institutions financières traditionnelles ?
- Quel est le rendement social sur les investissements (SROI – *Social Return on Investment*) du financement participatif de proximité?
- Et enfin, une question intrigante : pourquoi le retard du financement participatif dans le secteur de la finance islamique?

Remerciements

Les auteurs désirent souligner le support de l'équipe de recherche : Claude Couture, Roberto Genest, Francis Nadeau, Hazel de Neeve, Éric Osmani, Nicholas Roy et Jean Sylvain.

Références

- [1] Lacasse, R. M., Lambert, B. A., Roy, N., Sylvain, J., et Nadeau, F. (2016). « A Digital Tsunami: FinTech and Crowdfunding », dans *International Scientific Conference on Digital Intelligence*, Université Laval, Québec, Canada.
- [2] Conner-Simons, A. (2016). *Web Inventor Teaches Web Course – Learn About “Internet of Things” Through EDX*.

- [3] World Economic Forum (Jun 2015). *The Future of Financial Services*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future__of_financial_services.pdf.
- [4] Ernst & Young (2015). *EY FinTech Adoption Index*. <http://www.ey.com/GL/en/Industries/Financial-Services/ey-fintech-adoption-index>.
- [5] Stacey, R. (1996). *Complexity and Creativity in Organisations*. Berret-Koehler, San Francisco.
- [6] Teece, D.J. (2010), *Business Models, Business Strategy and Innovation*, Long Range Planning 172-194
- [7] Lacasse, R. M., Lambert, B. A. (2016). « Cracking the Code of Successful FinTech Startups», *Projectics 2016*, Biarritz, France.
- [8] Stern, K. (2013). *Charity for All*. Doubleday, NY, p. 106.
- [9] Wills, D. et Jablonska, K. (2015). *Les leaders du crowdfunding aux USA et en Europe*. <https://www.comparelend.com/news/fr/2015/12/06/les-leaders-du-crowdlending-aux-etats-unis-et-en-europe/>.
- [10] Wardrop, R., Zhang, B., Rau, R. and Gray, M (2015). *Moving Mainstream: the European Alternative Finance Benchmarking Report*.
- [11] The World Bank (2013). *Crowdfunding's Potential for the Developing World*. http://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf.
- [12] Lacasse, R. M., Lambert, B. A. (2016). « Disruptive Innovation in Financial Services», *International Scientific Conference on DigitalEconomy*», Bled, Slovenia.



ANNEXE 1 Devis Ceudo

Projet de recherche : Crowdfunding

2016 - 2018

Titre du projet : Le financement participatif (Crowdfunding) – Outil de développement local?

Chercheur principal : Richard-Marc Lacasse PhD Téléphone : 418-833-8800 poste 3253; Co-chercheure : Berthe Lambert PhD.

État de la question, contexte et situation - Un nouveau phénomène mondial, le crowdfunding, bouleverse les règles du jeu dans le démarrage de projets. Ce nouveau concept consiste à soutenir une panoplie de projets via des plateformes de financement faisant appel aux réseaux sociaux et aux communautés en ligne. Les différents modèles d'affaires type crowdfunding permettent, en particulier, de financer les projets ayant de la difficulté à accéder aux modes de financement traditionnels. Ces projets peuvent être à but lucratif ou non lucratif (L'économie sociale en particulier). L'éventail des projets demeure très étendu: technologie innovante, art et culture, alimentation bio, développement durable, éducation, sport et santé.

Pertinence d'une recherche sur le sujet et les groupes ciblés – Cette étude se veut une excursion à l'intérieur d'une plateforme de sociofinancement très active chez nos voisins d'en face (Ville de Québec). Cette recherche vise à améliorer les connaissances dans un domaine directement lié au développement local. Toutes les parties prenantes de la région de Lévis-Chaudière-Appalaches profiteraient de plus d'information sur le sujet: a) les promoteurs à la recherche de financement ; b) les collectivités locales de la région Chaudière-Appalaches désirant favoriser l'entrepreneuriat social; c) les leaders de l'économie sociale; d) le petit investisseur ou donateur; e) les intervenants et des agents de développement du grand Lévis.

SIGNATURES	
Chercheur principal : <i>Richard-Marc Lacasse</i>	Date : 1 ^{er} Novembre 2015
Autre(s) chercheur(s) : <i>Berthe A Lambert</i>	Date : 1 ^{er} Novembre 2015
Autre(s) chercheur(s) :	Date :
Votre recherche nécessite-t-elle une certification éthique (CÉR, CPA)? Oui <input type="checkbox"/> Non <input checked="" type="checkbox"/>	
(Si oui, le requérant s'engage à déposer sa demande au comité concerné)	

Financement actuel détenu en lien indirect avec le projet présenté

Il y a un projet en cours intitulé **Le financement participatif - Écran de fumée ou corne d'abondance** ? Celui-ci est financé par les fonds de recherche personnels des deux professeurs chercheurs. Par contre cette recherche se veut plus universelle. Elle sera axée sur la Belgique et le Maroc.

Perspectives anticipées de financement externe : CRDI

Objectif général du projet présenté au CEUDO :

Acquérir une meilleure connaissance du financement participatif (crowdfunding) et identifier les facteurs clés de succès d'une plateforme de financement participatif axée sur le développement local.

La recherche tentera de répondre aux questions suivantes :

- Comment une soixantaine de promoteurs de la ville de Québec ont eu accès au financement participatif?
- Quel a été l'impact socioéconomique de l'initiative développée par la ville de Québec ?
- Est-ce que le crowdfunding peut devenir un outil de développement pour la collectivité de la Rive-Sud?
- Est-ce que le modèle québécois laruchequebec.com est transposable dans la région Chaudière-Appalaches?
- Est-il possible de mesurer l'impact social (*Social Return On Investment*) du financement participatif?

Méthodologie de la recherche et diffusion des résultats - L'étude de cas permet d'analyser en profondeur des phénomènes dans leur contexte, c'est là sa plus grande force. Le recours à cette méthode qualitative doit néanmoins obéir à des normes scientifiques et être empreint d'une rigueur au moins équivalente à celle des méthodes quantitatives de recherche. De là l'importance de pouvoir compter sur le guide de réalisation rédigé par Yves-Chantal Gagnon *L'étude de cas comme méthodologie de recherche*, qui propose une démarche intégrée où la fiabilité et la validité des données sont démontrées. Notre analyse de cas (*Case Study*) portera sur l'analyse du dynamisme d'une plateforme de crowdfunding ayant fait ses preuves. L'équipe de recherche effectuera des entrevues auprès des parties prenantes (les leaders politiques, les promoteurs locaux et la quarantaine de mentors liés au démarrage de la plateforme laruchequebec.com). Une attention particulière sera portée sur une soixantaine de projets ayant obtenu le soutien de laruchequebec.com. L'observation du «bourdonnement» de laruchequebec.com servira de laboratoire. En cours de route, l'équipe effectuera des entrevues avec des clients de La Ruche, écrira des *Research Papers* et présentera des communications scientifiques sur le sujet (Amérique, Europe et Afrique du Nord).

Références bibliographiques


Yve-Chantal Gagnon (2011) : L'étude de cas comme méthodologie de recherche, Presse Université du Québec, 2^{ème} édition
<https://www.lautorite.qc.ca/fr/financement-participatif-capital-pro.html>
<http://www.iosco.org/research/pdf/swp/Crowd-funding-An-Infant-Industry-Growing-Fast.pdf>

Programmation des activités et calendrier : du 1^{er} décembre 2015 au 1^{er} novembre 2017

BUDGET DU PROJET

1.1.1 Ventilation du budget	1.1.2 2016	1.1.3 2017
1. <i>Traitement des personnels techniques, de secrétariat, de traduction</i>	1,000.00	1,000.00
2. <i>Soutien et rémunération d'étudiants de cycles supérieurs (2^e ou 3^e cycle)</i>	4,000.00	4,000.00
3. <i>Rémunération d'étudiants de 1^{er} cycle</i>	4,000.00	4,000.00
4. <i>Avantages sociaux (calculer 12% des salaires)</i>	960.00	960.00
5. <i>Frais de diffusion des résultats (Colloques internationaux)</i>	3,500.00	3,500.00
6. <i>Fourniture de recherche (bureautique, logiciels, USB, papeterie, téléphone)</i>	500.00	500.00
7. <i>Autres (achat de livres ou périodiques, matériel de recherche courant)</i>	200.00	200.00
1.1.4 TOTAL	14,160.00	14,160.00
1.1.5 Grand total :		28,320.00

ANNEXE 2 Affiche (Poster)



Centre d'expertise universitaire voué au développement des organisations

Financement participatif (Crowdfunding)

Outil de développement local

Richard-Marc Lacasse PhD et Berthe Lambert PhD



FORUM
LÉVISIONNAIRE
20 avril 2017
UQAR, Campus Lévis

1- Objectif de la recherche - Acquérir une meilleure connaissance du phénomène des plateformes numériques de crowdfunding et identifier les facteurs clés de succès d'une plateforme de financement participatif axée sur le développement local et l'entrepreneuriat social.


3- Méthodologie et collecte des données - Dans le cadre de cette recherche internationale sur le crowdfunding, la phénoménologie et la recherche-action sont retenues. L'approche concerne l'étude d'un phénomène dont la structure se base sur l'analyse directe de l'expérience vécue par la génération milléniale dans un secteur des technologies financières. L'équipe cherche à comprendre l'essor du phénomène à travers l'étude de la littérature, l'observation sur le terrain, de l'étalonnage (benchmarking), des entretiens avec les acteurs et de l'accompagnement.

2- Questions de recherche - Quels sont les différents modèles d'affaires des plateformes de financement participatif? Quel est l'impact de ces plateformes sur le développement local et l'entrepreneuriat social? Étalonnage entre 2 plateformes de crowdfunding (Québec et Bruxelles).

4- Soutien Financier

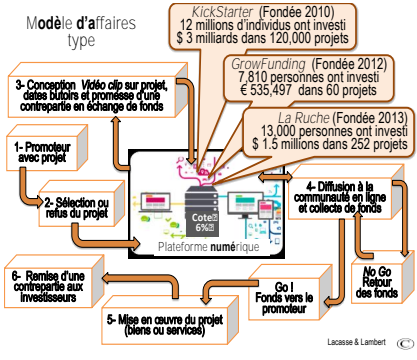



ROYAUME DE BELGIQUE
Affaires étrangères,
Commerce extérieur et
Coopération au Développement



5- OBSERVATIONS PRÉLIMINAIRES

Modèle d'affaires type



KickStarter (Fondée 2010)
12 millions d'individus ont investi \$ 3 milliards dans 120,000 projets

GrowFunding (Fondée 2012)
7 810 personnes ont investi € 535,497 dans 60 projets

La Ruche (Fondée 2013)
13,000 personnes ont investi \$ 1.5 millions dans 252 projets

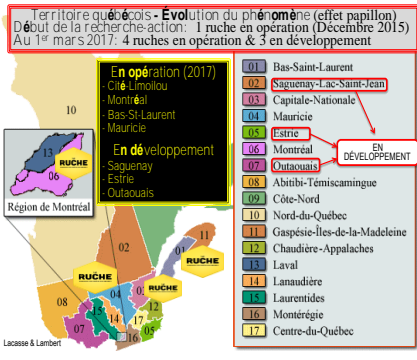
Plateforme numérique

Go! Fonds vers le promoteur

No Go Retour des fonds

Lacasse & Lambert

Territoire québécois - Evolution du phénomène (effet papillon)
Début de la recherche-action: 1 ruche en opération (Décembre 2015)
Au 1^{er} mars 2017: 4 ruches en opération & 3 en développement



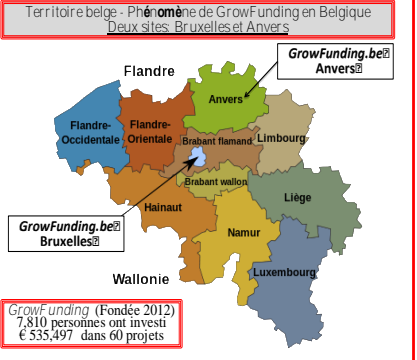
En opération (2017)
Cité Limoilou
Bas-St-Laurent
Mauricie

En développement
Saguenay
Estrie
Outaouais

01	Bas-Saint-Laurent
02	Saguenay-Lac-Saint-Jean
03	Capitale-Nationale
04	Mauricie
05	Estrie
06	Montréal
07	Outaouais
08	Abitibi-Témiscamingue
09	Côte-Nord
10	Nord-du-Québec
11	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
12	Chaudière-Appalaches
13	Laval
14	Lanaudière
15	Laurentides
16	Montréal
17	Centre-du-Québec

Lacasse & Lambert

Territoire belge - Phénomène de GrowFunding en Belgique
Deux sites, Bruxelles et Anvers



GrowFunding.be Anvers

GrowFunding.be Bruxelles

GrowFunding (Fondée 2012)
7 810 personnes ont investi € 535,497 dans 60 projets

TAXONOMIE DES MODÈLES D'AFFAIRES DES PLATEFORMES DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

- 1- Le prêt P2P - Dans ce modèle, le promoteur emprunte de l'argent via une plateforme numérique à un groupe de personnes plutôt qu'à une institution financière. La plateforme peut remplir divers rôles : parfois, elle joue celui d'un intermédiaire et se charge de repayer les prêteurs, mais elle peut aussi agir à simple titre d'«entremetteur», en mettant en contact les promoteurs et les investisseurs potentiels.
- 2- La récompense ou contrepartie - Le modèle de la récompense permet aux entrepreneurs d'amasser des dons de la communauté pour un projet de petite envergure, tout en offrant, en échange des sommes perçues, des récompenses qui revêtent une valeur symbolique plutôt que financière.
- 3- La prévente - Dans une campagne de financement participatif basée sur ce modèle, un produit ou un service est proposé en ligne ; les « investisseurs » ont l'option de le précommander - signifiant ainsi leur intérêt pour le produit ou le service en question - en payant le montant dû à l'avance. Ce processus remplace les enquêtes de marché classiques, tout en fournissant les fonds de roulement nécessaires au projet.
- 4- Le don - Ce modèle concerne les organismes à but non lucratif. Les fonds sont amassés dans des buts altruistes ou spirituels. Les donateurs sont loyaux, et les promoteurs se font généralement un devoir de les tenir informés du déroulement du projet, afin d'assurer des dons continus ; dans certains cas il est possible d'avoir des reçus pour payer moins d'impôt.
- 5- L'investissement (equity crowdfunding) - Cette formule survient lorsque le promoteur désire amasser des fonds grâce à la communauté plutôt que de la part de courtiers en valeurs mobilières. Il repose sur l'émission d'actions; aux États-Unis, il a été légalisé par le JOBS act de 2013. A ce niveau, le Canada prend du retard : ses gouvernements provinciaux et territoriaux n'ont toujours pas adopté une politique unifiée au sujet du montant qu'un promoteur peut amasser.

28

ANNEXE 3 Mission à Bruxelles



Gouvernement du Québec
La ministre des Relations internationales
et de la Francophonie

Québec, le 29 janvier 2016

Monsieur Jean-Pierre Ouellet
Recteur
Université du Québec à Rimouski
Case postale 3300, succursale A
Rimouski (Québec) G5L 3A1

Monsieur le Recteur,

La XIV^e Commission mixte permanente (CMP) Québec-Flandre s'est tenue le 22 décembre dernier. Les discussions ont porté sur les principaux champs de coopération que les deux gouvernements entendent développer pour la biennie 2016-2018.

À titre de ministre des Relations internationales et de la Francophonie, j'ai le plaisir de vous informer que la CMP, en accord avec les différents partenaires impliqués, a retenu les projets soumis par votre organisme. Ainsi, je vous annonce une aide financière de :

- 2 000 \$ en 2017-2018, pour le projet 14-304 « Croundfunding, pierre angulaire de l'entrepreneuriat de proximité », présenté par M. Richard-Marc Lacasse;
- 2 500 \$ en 2016-2017 et 2 500 \$ en 2017-2018, pour le projet 14-402 « Développement d'un projet de collaboration UQAR-ISMER/VLIZ », présenté par M^{me} Ariane Plourde;
- 2 000 \$ en 2016-2017 et 750 \$ en 2017-2018, pour le projet 14-501 « Télédétection optimisée de TSM dans les eaux turbides-ORSAT », présenté par M^{me} Ariane Plourde.

Le soutien prévu en 2017-2018 demeure conditionnel au bilan de chaque projet présenté à la mi-parcours et sous réserve des disponibilités budgétaires. Vos collaborateurs peuvent communiquer avec M^{me} Cynthia Letarte,

Québec
Édifice Hector-Fabre
525, boulevard René-Lévesque Est
Québec (Québec) G1R 5R9
Téléphone : 418 649-2319
Télécopieur : 418 643-4804
www.mri.gouv.qc.ca

Montréal
380, rue Saint-Antoine Ouest,
4^e étage
Montréal (Québec) H2Y 3X7
Téléphone : 514 864-2252
Télécopieur : 514 873-7257

ANNEXE 4 Rayonnement en Europe : Colloque Bruxelles 2018

Six different civic crowdfunding platforms - International Growfunding/Bazaar 2018 Bruxelles

- Co-city (Paris)
- Spacehive (London / UK)
- Partonicity (Detroit)
- La Ruche (Quebec)
- Voor je Buurt (The Netherlands)
- Goteo (Spain, TBC)
- Growfunding (Brussels)

Thursday 18/01/2018: Private seminar on 'the civic crowdfunding city'

- Time: 9h30 -> 18h30
- Participants: An international group of 30 civic crowdfunding experts, academics, civil society actors and policy makers
- Goals:
 - Learn the similarities and differences between the civic crowdfunding platforms
 - Create a common definition of the concept 'The civic crowdfunding city'
 - Present ongoing research
- Location: Allee du kaai or Biestebroek (TBC) – www.toestand.be

Friday 19/01/2018: Public conference on the civic crowdfunding city

- Time: 9h > 17h (conference) + 20h > 2h (performances and DJ's)
- Goals:
 - Presentation of the common definition of the civic crowdfunding city
 - Showcase of good practices with different themes: arrival city, pop-up city, inclusive city and circular city
- Participants:
 - open for the big public, foc on (international) policy makers
 - tickets will be for sale via www.growfunding.be/bazaar (starting from begin November)
- Location: Beursschouwburg - Rue August Orts 20-28, Brussels - www.beursschouwburg.be
 - Conference: Participants (of the seminar on Thursday) will be provided with one free ticket. Other guests can purchase their ticket(s) via a growfunding-campaign that will be launched beginning of November.
 - The evening program will be provided in exchange for a free contribution.

Saturday 20/01/2018: Diverse activities linked to old and new growfunding-projects

- Time: starting in the afternoon until early morning
- Goals:
 - Explore the civic crowdfunding city in Brussels
 - Offline fundraising for the current growfunding campaigns
 - Party ;-)
- Participants: local audience & Growfunding-community
- Location: Beursschouwburg - Rue August Orts 20-28, Brussels - www.beursschouwburg.be
- Price: all activities will be provided in exchange for a free contribution. All revenues will go to the running Growfunding-projects.

Content: In order to gather all the content for the seminar and the conference, we're preparing a short survey which we will send out next week which question around three topics:

- Identity of your platform
- Quantitative impact of your platform

ANNEXE 5 Coupure de presse

leSoleil 23 avril 2016 Gilbert Leduc *Du perron d'église à La Ruche*

À la fin de la messe, dans le temps, les paroissiens se retrouvaient sur le perron de l'église pour échanger. L'un mentionne aux autres qu'il va construire un moulin à scie. Spontanément, deux ou trois voisins offrent leur aide», raconte le cofondateur et responsable de La Ruche. «Les technologies Web et les réseaux sociaux ont remplacé le perron d'église, et le financement participatif de proximité offre aujourd'hui une passerelle entre le citoyen qui a un moulin à scie à construire et ceux qui veulent l'aider à le faire.» Quand Josée Masson, la fondatrice de Deuil-Jeunesse, un organisme qui vient en aide aux jeunes éprouvés par le décès d'un proche, a voulu réaliser son rêve d'acquérir une maison pour offrir des services à sa clientèle, elle a joint la population par l'entremise de La Ruche. Elle avait besoin de 75 000 \$ en vue de l'achat d'une résidence valant plus de 400 000 \$. Près de 400 contributeurs ont porté attention à son message et lui ont versé un peu plus de 80 000 \$. Depuis bientôt un an, Deuil-Jeunesse a pignon sur rue dans Charlesbourg.

Sauver SABSA- Jean-Sébastien Noël ne peut s'empêcher de faire un rapprochement avec la campagne en cours pour sauver la clinique de proximité de soins infirmiers SABS A. Une campagne de 250 000 \$ - la plus importante de la jeune histoire de La Ruche - qui prendra fin le 31 mai. Au dernier décompte, 324 contributeurs avaient fait des dons totalisant près de 36 000 \$. «Nous croyons à ce nouveau modèle de soins novateurs pour les personnes délaissées par le système. Maintenant, il s'agit de voir si la population y croit également.» Et si c'est le cas, à la fin de la campagne, les politiciens devront saisir le message. «En permettant aux citoyens de s'exprimer en appuyant un projet ou une cause par un don en espèces sonnantes et trébuchantes, une plateforme de sociofinancement offre une opportunité unique pour les instances gouvernementales d'orienter les politiques publiques en fonction des réelles attentes de la population. À mon avis, il n'y a pas de meilleur sondage ou étude de marché.»

Le Québec s'approprie La Ruche - La Ruche a maintenant un peu plus de deux ans. Elle s'apprête à essaimer un peu partout au Québec. La première destination : Montréal. «Ce n'est pas La Ruche qui s'en va à Montréal, c'est plutôt Montréal qui s'approprie La Ruche», prend soin de signaler Jean-Sébastien Noël. Les discussions avec la Ville de Montréal et une institution financière vont bon train. Le réseau des 80 ambassadeurs qui accompagneront les promoteurs et qui évalueront la pertinence des projets qui se retrouveront sur la plateforme de sociofinancement est fin prêt. À la fin de 2017, prévoit M. Noël, au moins sept régions se seront approprié La Ruche. «Ça fait déjà quelque temps que l'on nous tire la manche pour que nous exportions notre concept. Nous n'étions pas prêts. Aujourd'hui, nous le sommes.» Le grand manitou de La Ruche l'avoue : les résultats ont dépassé toutes les attentes. «Nous avons toujours pratiquement 10 campagnes en marche simultanément. Pour un marché de la taille de Québec, c'est beaucoup.»

Partenariats - Le succès de La Ruche repose sur les partenaires financiers et les bâtisseurs de la première heure ainsi que de ses 60 ambassadeurs. En plus d'être les gardiens de l'intégrité de la plateforme, ces personnalités de la région de Québec veillent sur les promoteurs et leur projet. Une fois par mois, une dizaine d'entre eux se réunissent pour mettre au défi des promoteurs du bien-fondé de leur projet et de leur stratégie pour attirer les contributions des citoyens. Le Soleil a assisté à l'une des cellules mensuelles de La Ruche. Les ambassadeurs ne font pas de quartier aux promoteurs. Ils «charcutent» leur projet. Pas pour le démolir. Pour l'enrichir. «Je ne sais pas ce que j'aurais donné pour pouvoir bénéficier de cette formule au moment où je me lançais en affaires», a glissé à l'oreille du *Soleil*, Charles Auger, l'ancien propriétaire du cinéma IMAX des Galeries de la Capitale et aujourd'hui l'un des associés de Dominique Brown dans Chocolats Favoris. «Le nombre d'erreurs que j'aurais pu éviter.» Ce soir-là, Charles Auger arrivait directement de Montréal pour participer aux travaux de la cellule. «J'aime ça. C'est stimulant d'entendre tous ces gens qui ont plein d'idées en tête.» «Nous ne sommes pas des dragons», explique Jean-Sébastien Noël en référence à l'émission *Dans l'oeil du dragon*, dans laquelle des promoteurs tentent de convaincre des vedettes du monde des affaires d'investir dans leur compagnie. «Dans le financement participatif de proximité, le dragon, c'est la population.»

ANNEXE 6 - Statistiques sur les projets soumis à La Ruche

Statistiques sur les projets soumis à La Ruche (de la création jusqu'à 2016)

Nom	Cible	% atteint	Contributeurs	Sommes reçues	Don moyen
Prix du public Devtech	1 000,00 \$	299%	29	2 990,00 \$	103,10 \$
Luz	1 500,00 \$	285%	50	4 275,00 \$	85,50 \$
Marilou Toutou	1 000,00 \$	282%	71	2 820,00 \$	39,72 \$
Moment de coaching	5 000,00 \$	175%	35	8 750,00 \$	250,00 \$
Nina pizza	5 000,00 \$	173%	101	8 650,00 \$	85,64 \$
La folle fourchette	3 000,00 \$	149%	100	4 470,00 \$	44,70 \$
in the 10 en livre	3 500,00 \$	145%	116	5 075,00 \$	43,75 \$
marché public de Limoilou	5 000,00 \$	144%	168	7 200,00 \$	42,86 \$
coulée de tire du carnaval de Qc duché Limoilou	1 800,00 \$	144%	24	2 592,00 \$	108,00 \$
Cadence ORL	2 500,00 \$	140%	27	3 500,00 \$	129,63 \$
La patente	8 500,00 \$	139%	114	11 815,00 \$	103,64 \$
Feuilles mortes	7 500,00 \$	138%	179	10 350,00 \$	57,82 \$
Le triplex suspendu	5 500,00 \$	138%	178	7 590,00 \$	42,64 \$
Vidéoclip hidden side	3 000,00 \$	138%	67	4 140,00 \$	61,79 \$
Griandel	15 000,00 \$	136%	373	20 400,00 \$	54,69 \$
Le phare du petit blanchon	10 000,00 \$	136%	134	13 600,00 \$	101,49 \$
Les écureuils aussi veulent être photographiés	2 000,00 \$	135%	58	2 700,00 \$	46,55 \$
Apiculture urbaine	5 300,00 \$	135%	110	7 155,00 \$	65,05 \$
Fête Arc-en-ciel de Québec	4 000,00 \$	131%	82	5 240,00 \$	63,90 \$
L'accroché-escalade	7 500,00 \$	125%	68	9 375,00 \$	137,87 \$
Heroes Cards	10 000,00 \$	121%	162	12 100,00 \$	74,69 \$
Massothérapie le dauphin bleu	2 900,00 \$	119%	39	3 451,00 \$	88,49 \$
L'open de la ligue d'improvisation	1 000,00 \$	118%	32	1 180,00 \$	36,88 \$

Financement participatif

Marie: vivre ou exister	1 500,00 \$	117%	28	1 755,00 \$	62,68 \$
Fête Arc-en-ciel de Québec	5 000,00 \$	116%	65	5 800,00 \$	89,23 \$
La méduse et de l'ambition	500,00 \$	116%	17	580,00 \$	34,12 \$
Cendrine-Fondeuse	2 500,00 \$	115%	28	2 875,00 \$	102,68 \$
coulée de tire du carnaval de Qc duché de Lévis	1 500,00 \$	114%	25	1 710,00 \$	68,40 \$
The Robert's creek saloon	5 000,00 \$	113%	61	5 650,00 \$	92,62 \$
Coupe du monde de kickboxing	2 000,00 \$	113%	31	2 260,00 \$	72,90 \$
arv2015	2 140,00 \$	112%	36	2 396,80 \$	66,58 \$
production culturelle	1 000,00 \$	112%	62	1 120,00 \$	18,06 \$
des visites dansées CHLSD	4 000,00 \$	111%	65	4 440,00 \$	68,31 \$
Huit femmes	3 000,00 \$	111%	66	3 330,00 \$	50,45 \$
Bicycle film festival	3 000,00 \$	111%	79	3 330,00 \$	42,15 \$
La guerre des ducs	9 000,00 \$	110%	130	9 900,00 \$	76,15 \$
La baconnerie	3 000,00 \$	109%	41	3 270,00 \$	79,76 \$
Madame Labriski	7 500,00 \$	109%	234	8 175,00 \$	34,94 \$
La buanderie café	6 000,00 \$	109%	106	6 540,00 \$	61,70 \$
Le banc	4 000,00 \$	109%	78	4 360,00 \$	55,90 \$
La génératrice	3 500,00 \$	108%	65	3 780,00 \$	58,15 \$
aidez-nous à passer de 2 à 4 roues électriques	5 000,00 \$	108%	51	5 400,00 \$	105,88 \$
fromagerie du campus	9 300,00 \$	108%	187	10 044,00 \$	53,71 \$
Album stolen heights	2 000,00 \$	107%	49	2 140,00 \$	43,67 \$
Lunette soleil Chic choc	10 000,00 \$	107%	84	10 700,00 \$	127,38 \$
Pour toit	75 000,00 \$	106%	396	79 500,00 \$	200,76 \$
Codex festival v.3	3 000,00 \$	105%	4	3 150,00 \$	787,50 \$
coupe du monde de karaté	4 200,00 \$	105%	93	4 410,00 \$	47,42 \$
Congrès mondial JCI 2016	200 000,00 \$	104%	150	208 000,00 \$	1 386,67 \$
coulée de tire du carnaval de Qc duché Ste-Foy	1 500,00 \$	104%	13	1 560,00 \$	120,00 \$

aider la survie de Limoilou	5 000,00 \$	104%	62	5 200,00 \$	83,87 \$
paysage en chantier	1 500,00 \$	103%	39	1 545,00 \$	39,62 \$
spot	10 000,00 \$	103%	192	10 300,00 \$	53,65 \$
Les bois dans la tête	5 000,00 \$	103%	62	5 150,00 \$	83,06 \$
La famille se crée en copulant	2 000,00 \$	103%	20	2 060,00 \$	103,00 \$
Programme vivacité	2 000,00 \$	102%	42	2 040,00 \$	48,57 \$
Le mur insolite	2 000,00 \$	102%	33	2 040,00 \$	61,82 \$
coulée de tire du carnaval de Qc duché Charlesbourg	2 000,00 \$	102%	31	2 040,00 \$	65,81 \$
KPLR premier album	3 000,00 \$	102%	40	3 060,00 \$	76,50 \$
Spectacle bénéfice imagine	1 500,00 \$	102%	17	1 530,00 \$	90,00 \$
World hip hop championship	10 000,00 \$	102%	76	10 200,00 \$	134,21 \$
Fermette les semeurs d'espoir	15 000,00 \$	101%	87	15 150,00 \$	174,14 \$
masso physio sport	5 000,00 \$	101%	33	5 050,00 \$	153,03 \$
Café culturel	7 500,00 \$	101%	127	7 575,00 \$	59,65 \$
Trick or Treat	4 000,00 \$	101%	39	4 040,00 \$	103,59 \$
Biathlon Carnaval de Qc	2 000,00 \$	101%	15	2 020,00 \$	134,67 \$
Anticode	5 000,00 \$	101%	55	5 050,00 \$	91,82 \$
Alexis, étoile du match rêves d'enfants	12 500,00 \$	100%	142	12 500,00 \$	88,03 \$
production culturelle	1 000,00 \$	100%	41	1 000,00 \$	24,39 \$
Partage d'accès aux événements	10 000,00 \$	100%	133	10 000,00 \$	75,19 \$
Faire l'amour à Québec	1 600,00 \$	100%	19	1 600,00 \$	84,21 \$
coulée de tire du carnaval de Qc duché des rivières	1 500,00 \$	100%	19	1 500,00 \$	78,95 \$
coulée de tire du carnaval de Qc duché haute st-charles	1 700,00 \$	100%	7	1 700,00 \$	242,86 \$
site web tavedegarage.com	4 000,00 \$	100%	23	4 000,00 \$	173,91 \$
Surfset fitness	3 000,00 \$	65%	33	1 950,00 \$	59,09 \$
La voute immobilière	5 000,00 \$	56%	7	2 800,00 \$	400,00 \$

Financement participatif

Les sentiers du Vieux-Québec	7 500,00 \$	43%	27	3 225,00 \$	119,44 \$
La saponnière Québécoise	4 000,00 \$	41%	24	1 640,00 \$	68,33 \$
Club de dégustation de rhum	2 100,00 \$	35%	8	735,00 \$	91,88 \$
Jeux du Québec régionaux	6 000,00 \$	34%	7	2 040,00 \$	291,43 \$
traversée du Canada pour vaincre le diabète	7 500,00 \$	32%	26	2 400,00 \$	92,31 \$
Studio Omyoga	5 000,00 \$	32%	30	1 600,00 \$	53,33 \$
Mouvement Raize	5 000,00 \$	29%	14	1 450,00 \$	103,57 \$
Bon vivant	10 000,00 \$	28%	27	2 800,00 \$	103,70 \$
L'histoire des pâtes et papier	1 000,00 \$	27%	16	270,00 \$	16,88 \$
Lajeu	10 000,00 \$	23%	26	2 300,00 \$	88,46 \$
Championnat Canadien de Basketball universitaire	2 000,00 \$	22%	6	440,00 \$	73,33 \$
Massothérapie Fionda	4 595,00 \$	22%	13	1 010,90 \$	77,76 \$
LP création de bijoux	1 000,00 \$	20%	7	200,00 \$	28,57 \$
Trophée Rose des sables	4 000,00 \$	19%	14	760,00 \$	54,29 \$
Tandem kin	8 000,00 \$	17%	20	1 360,00 \$	68,00 \$
Les aidants scolaires	8 000,00 \$	17%	13	1 360,00 \$	104,62 \$
De la bonne crème à glace	13 000,00 \$	16%	19	2 080,00 \$	109,47 \$
club de biathlon	2 500,00 \$	14%	8	350,00 \$	43,75 \$
du gazon synthétique	2 250,00 \$	12%	12	270,00 \$	22,50 \$
Yourextralife	15 000,00 \$	11%	48	1 650,00 \$	34,38 \$
Le festival des insectes	10 000,00 \$	10%	26	1 000,00 \$	38,46 \$
Roman Laurence	2 000,00 \$	10%	7	200,00 \$	28,57 \$
Vertlime	4 000,00 \$	10%	14	400,00 \$	28,57 \$
un jeu dans la cour des grands	5 000,00 \$	9%	14	450,00 \$	32,14 \$
mobilisation vanier	30 000,00 \$	7%	55	2 100,00 \$	38,18 \$
Les remèdes du terroir	8 000,00 \$	7%	18	560,00 \$	31,11 \$
Boutiques Les gumes	35 000,00 \$	7%	51	2 450,00 \$	48,04 \$

innovaderm esthétique	40 000,00 \$	6%	15	2 400,00 \$	160,00 \$
Conférence une vie de passion	12 000,00 \$	6%	33	720,00 \$	21,82 \$
Sweeney Todd	10 000,00 \$	6%	10	600,00 \$	60,00 \$
Studio ste-cravache	4 000,00 \$	6%	8	240,00 \$	30,00 \$
Mikael Grenier Pilote	50 000,00 \$	6%	27	3 000,00 \$	111,11 \$
La chaudronnée	5 000,00 \$	5%	11	250,00 \$	22,73 \$
actionséducation	20 000,00 \$	5%	45	1 000,00 \$	22,22 \$
Annoncedon.ca	3 000,00 \$	5%	5	150,00 \$	30,00 \$
Les druméthiques cité Limoilou	3 000,00 \$	4%	6	120,00 \$	20,00 \$
Sauvons la scène urbaine festivent	30 000,00 \$	3%	28	900,00 \$	32,14 \$
Livre audio jeunesse	8 000,00 \$	3%	8	240,00 \$	30,00 \$
Psichobloc	10 000,00 \$	2%	16	200,00 \$	12,50 \$
Vivre à part entière	5 000,00 \$	1%	2	50,00 \$	25,00 \$
adaptation comédie musicale	3 700,00 \$	1%	1	37,00 \$	37,00 \$
pinku the fake	7 000,00 \$	1%	6	70,00 \$	11,67 \$
La chambre noire	5 700,00 \$	1%	8	57,00 \$	7,13 \$
Kira lovelace	1 800,00 \$	1%	4	18,00 \$	4,50 \$
pied de toilette	7 000,00 \$	1%	1	70,00 \$	70,00 \$
Bouger c'est dans ma nature	40 000,00 \$	1%	17	400,00 \$	23,53 \$
Basejump urbain	40 000,00 \$	1%	7	400,00 \$	57,14 \$
Le défi des invincibles	1 600,00 \$	0%	0	- \$	

ANNEXE 7 Trois cas types

Le cas de la brasserie Griendel – (Notes d’entrevue avec l’un des propriétaires de Griendel une brasserie artisanale située dans le quartier St-Sauveur de Québec) - Le projet proposé cadre parfaitement dans les critères d’admissibilité de La Ruche. Cette brasserie s’inscrit dans le mouvement de revitalisation de l’arrondissement St-Sauveur, elle crée des emplois à même le quartier et les actionnaires demeurent dans ce secteur de la ville de Québec. Le projet de la brasserie Griendel est le plus grand succès en termes de montant recueilli soit 20 400\$ et leur objectif était fixé à 15 000\$. Dès le départ les gens de La Ruche ont vu le potentiel du projet qui est mené de main de maître de la part de quatre associés très complémentaires par leur expertise propre. Quoique la brasserie Griendel allait ouvrir sans le socio-financement, les sommes reçues par le socio-financement a servi d’accélérateur de croissance et de visibilité. Certaines personnes dans l’entourage de la brasserie avaient initialement des réticences d’utiliser le socio-financement par crainte d’avoir une mauvaise image si l’objectif n’était pas atteint. Le choix de l’objectif financier devient un élément crucial, car dans la formule de La Ruche, si le total amassé n’atteint pas la cible, le client ne reçoit aucune somme. La fixation de l’objectif réaliste devient un défi important et la façon de le fixer est un peu aléatoire, ce qui a tracassé les actionnaires du Griendel. En affaires, la gestion des attentes est très importante et celles des actionnaires du Griendel envers les gens du SM 40 étaient plus grandes que ce qu’ils ont reçu comme appui. L’encadrement de la part des mentors n’était au rendez-vous. Donc les conseils du SM 40 n’ont pas eu la valeur ajoutée escomptée. Alors qu’il ne restait que trois semaines au socio financement, la cible n’était toujours pas atteinte, il manquait 3 000\$. À ce moment les actionnaires ont décidé d’augmenter leur proactivité afin de réaliser l’objectif, ils ont été très créatifs en allant vendre eux-mêmes le forfait qui consiste de créer sa propre bière à un coût de 500\$. Onze entreprises du quartier ont collaboré, ce qui a permis de dépasser l’objectif. Les deux dernières semaines ont été très profitables, il semble que c’est le cas dans la majorité des projets de la Ruche. Un actionnaire a fait une remarque intéressante « vers la fin, plusieurs promoteurs financent eux-mêmes l’atteinte de l’objectif » ce qui explique que beaucoup de projets se terminent avec l’objectif atteint à 100%. Au total 373 personnes ont contribué au projet ; selon eux, approximativement 50% proviennent de leur entourage. La Ruche aura donc permis d’aller chercher près de 185 contributeurs supplémentaires. Certains contributeurs ont vécu des problématiques avec le site Internet de la Ruche. Premièrement, PayPal ne permet pas de faire l’achat de plus de 3 forfaits et que le site ne mentionnait pas cette restriction. Plusieurs personnes ont exprimé leur inconfort à se créer un compte PayPal, car le site de La Ruche n’accepte pas les cartes de crédit. Il s’agit là d’une réduction du nombre de donateurs potentiels. Malgré un travail considérable de la part des actionnaires, le frais de 7% du montant recueilli prélevé par La Ruche est jugé élevé.

Les actionnaires du Griendel ont les recommandations suivantes à faire aux gens de La Ruche :

- Avoir un site Internet plus «user friendly»
- Accepter les cartes de crédit pour faire des contributions
- Ne pas mettre de limite sur le nombre de produits qu’un client peut acheter ou du moins l’aviser
- Suivre de plus près l’évolution des projets en cours
- Mieux gérer les attentes envers le SM 40
- Ajouter une option que les projets reçoivent les sommes malgré le fait que la cible de 100% ne soit pas atteinte.

Les actionnaires du Griendel énoncent les éléments positifs suivants :

- 20 400\$ de plus pour financer les équipements de la compagnie
 - Confirmation que le plan d’affaires établi est réaliste et que le projet répond aux besoins des consommateurs
 - Augmentation de la visibilité par l’entremise des «J’aime» sur Facebook et de deux articles parus dans le Journal de Québec.
- Nous avons posé la question suivante à un des actionnaires, « Feriez-vous à nouveau affaire avec La Ruche dans le cadre d’un nouveau démarrage d’entreprise? Pour lui, la nature du projet serait l’élément déterminant. Si l’offre ne s’adresse qu’à une clientèle locale comme la brasserie Griendel, la réponse serait oui. Cependant, la réponse est tout autre si la compagnie de Québec produit un bien ou service qui peut être consommé ailleurs au Québec. Si la langue n’est pas une barrière, il propose d’utiliser Indiegogo, question de rejoindre un maximum de contributeurs potentiels et pour la qualité du site Internet. Une note de sept sur dix a été attribuée pour l’expérience vécue et le

degré de satisfaction envers la Ruche malgré le fait que ce projet soit l'un des plus grands succès de la Ruche Québec.

Le cas de Madame Labriski - Le second client rencontré est Madame Labriski⁸, l'expérience qu'elle a vécue comporte de grandes similitudes à celle vécue par les gens de la brasserie Griendel. Le projet Madame Labriski avait un objectif de 7 500\$ et elle a atteint 109% pour un total de 8 175\$. La durée de la campagne était de six semaines et les deux dernières semaines ont été très achalandées. Il est important de mentionner que Madame Labriski est une experte des communications et du marketing, elle œuvre dans ce domaine depuis une quinzaine d'années. Lors de la présentation de son projet aux gens du SM 40, elle a impressionné le groupe, à un point tel qu'elle n'a pas eu de questionnement, d'avertissement ou de conseil de la part des gens d'affaires de Québec. Madame Labriski fondait beaucoup d'espoir sur l'expérience, les connaissances et surtout le réseau de contacts du SM 40, elle fut déçue. Bien que les membres du SM 40 trouvaient le projet fort intéressant, ils n'ont pas participé financièrement ni aidé à faire du projet un succès par l'entremise de leur réseau de contacts. Tout comme les gens du Griendel, Madame Labriski n'a pas vu de valeur ajoutée à présenter son projet au SM 40. Madame Labriski ne pensait pas devoir travailler si fort pour atteindre son objectif financier, elle croyait que le site Internet allait de lui-même procurer des donateurs ce qui n'a pas été le cas. À cet égard, la page Facebook de La Ruche ne compte que 5 000 mentions «J'aime» et à titre de comparaison la page Facebook de l'UQAR en compte 6 600. Elle a fait beaucoup de démarche pour atteindre son objectif financier, une d'elles est une présence à l'émission Salut Bonjour Weekend.

Avant de débiter son socio-financement, Madame Labriski avait 6 000 abonnés sur sa page Facebook, dans la semaine suivant sa présence à Salut Bonjour 1 500 personnes se sont ajoutées et à ce jour elle compte 18 000 abonnés. Le plus grand bénéfice que La Ruche a apporté, c'est la visibilité nécessaire pour passer à Salut Bonjour qui elle permet de bâtir une image de marque en plein essor. L'effet boule de neige de La Ruche aura été positif en ce qui concerne la visibilité et le volet financier n'est pas le point fort de l'aventure. Une fois les frais de 7% prélevé par La Ruche, le 3% prélevé par PayPal et les récompenses octroyées il ne reste que 5 000\$ pour réaliser le projet de Madame Labriski. Elle ne doit absolument pas compter le nombre d'heures investi pour recueillir cette somme. Tout comme les gens de Griendel, Madame Labriski a reçu des plaintes concernant le site Web de La Ruche. Ils reprochent le manque de stabilité, l'obligation de créer un compte PayPal pour encourager un projet et l'absence de convivialité lors de la navigation. Bien que l'échantillonnage soit limité, les témoignages recueillis ne sont pas très favorables à l'égard de l'expérience vécue avec le socio financement par l'entremise de La Ruche et dans les deux cas les inconvénients sont les mêmes et il en est ainsi pour les avantages.

Le cas de Nina Pizza Napolitaine - Il n'aura fallu que 24 heures aux filles de Nina Pizza Napolitaine, Pénélope Lachapelle et Lucie Nadeau, pour atteindre leur objectif de financement. «Ce jour-là, c'était comme si nous avions gagné à la loterie», raconte Pénélope. «Nous avions constamment le regard rivé sur le site de La Ruche et constatons que les contributions ne cessaient de s'additionner.» Les filles demandaient 5000 \$ pour compléter l'installation de la cheminée du four à bois acheté à Naples et pouvoir ainsi ouvrir leur établissement. Une fois la campagne de financement terminée, elles avaient amassé 8695 \$. Une centaine de donateurs ont souscrit entre 5 \$ et 1000 \$. À titre de récompense, le plus généreux d'entre eux a eu droit à une fête pour une dizaine de personnes à la grande table de Nina et à un cours pour apprendre les rudiments des techniques ancestrales de la pizza napolitaine. Pénélope Lachapelle et Lucie Nadeau avaient trimé dur pour aller chercher du financement pour leur restaurant auprès du CLD, de la BDC, de Futurpreneur Canada et de Femmessor. «Du capital pour ouvrir un restaurant, il n'en pleut pas», fait valoir Pénélope. Alors quand les complications entourant l'installation de la cheminée du four à pizza sont apparues, elles ont opté pour La Ruche. «Ça pressait. Nous n'avions pas le temps d'attendre.»

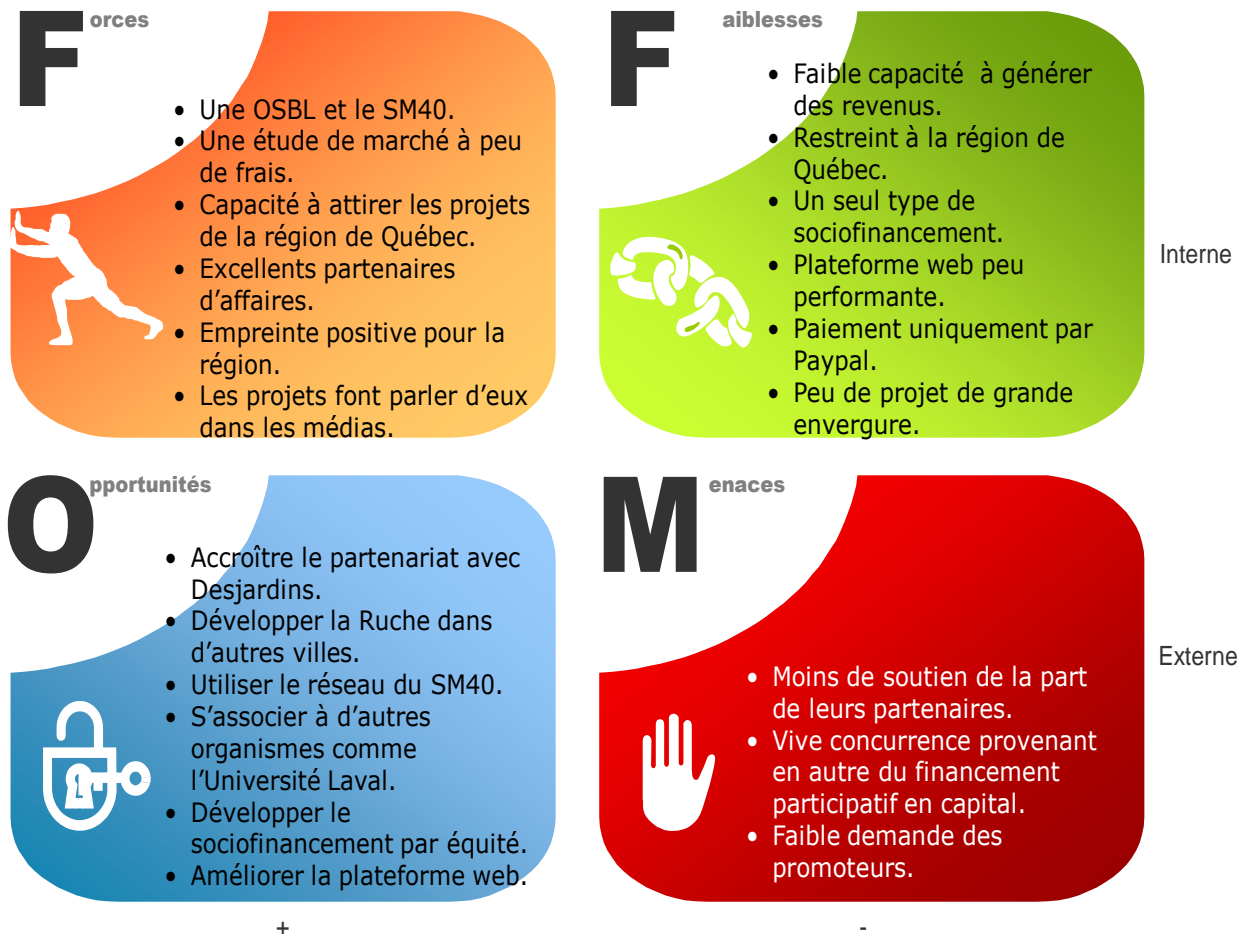
⁸<http://www.madamelabriski.com>

Les deux restauratrices sont allées directement sur la plateforme La Ruche sans passer par l'étude de la Cellule mensuelle réunissant des ambassadeurs de La Ruche. «Ce qui a fait la différence, c'est que nous pouvions compter sur un bon réseau. Notre page Facebook était déjà activée, et plein de gens nous suivaient», explique Pénélope Lachapelle. «Le recours au financement participatif a permis à des gens de nos familles, de nos entourages qui croyaient en nous et en notre projet de mettre des sous sur la table. Pas 10 000 \$, mais 25 \$ ou 100 \$ pour avoir le plaisir, en contrepartie, de venir manger une pizza et boire une bouteille de vin à notre table.»

ANNEXE 8 Analyse et observations sur La Ruche

Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces

Analyse SWOT



Observations - La Ruche compte deux employés à temps plein qui sont très dédiés au financement participatif et à la ville de Québec. Ils ont beaucoup de connaissances, de volonté et de créativité, mais bien des contraintes également. Bien que les objectifs fixés par la Ruche soient nobles, il faut se questionner sur la viabilité du projet à long terme dans la forme actuelle. En 29 mois d'exploitation, La Ruche a généré 47 000\$⁹ de revenus selon notre calcul. Actuellement, elle ne peut pas être autosuffisante. Les projets sont, règle générale, de peu d'ampleur et ils ne sont pas assez nombreux.

La force d'Internet et du financement participatif sont d'enlever les frontières et de rapprocher les gens de partout à travers le monde et les unir dans des projets porteurs. Si un habitant de la ville de Québec a un projet significatif et qu'il peut l'exprimer en anglais, on peut croire qu'il tentera d'obtenir un maximum de visibilité et de financement par l'entremise d'un site plus fort tel que Ulule, Lending Club, Kickstarter et Indiegogo. Parmi les alternatives possibles envisagées par la direction de La Ruche, il y a la création du fonds des Ambassadeurs qui consisterait à recueillir des dons potentiels de 300 personnes pour un montant de 450 000\$ par année pendant cinq ans. Si la Ruche n'obtient pas de subvention et que le fonds des ambassadeurs n'est pas créé, elle devra conclure des alliances stratégiques pour continuer de croître ou même survivre.

À titre d'exemple, la Banque Nationale du Canada est le partenaire principal d'Ulule Canada un site de socio financement qui a donné naissance à plus de 10 000 projets et récolté plus de 50MCAD\$ en 5 ans à travers le monde. Malgré l'ampleur du site de socio financement, rien n'empêche les partenaires d'agir localement, ils effectuent une tournée des régions du Québec¹⁰ pour favoriser le développement économique et l'accompagnement de leurs clients. Il s'agit d'une belle visibilité pour la banque en plus d'avoir une banque mieux intégrée et orientée vers l'avenir. Le Mouvement Desjardins semble intéressé à conclure un partenariat avec La Ruche.

L'implication locale et communautaire a certainement sa place dans notre société, mais pour être viable à long terme, elle devrait être rattachée à un site couvrant plus de population et offrant une meilleure expérience de navigation. Donc si Desjardins devient partenaire de la Ruche, il devra investir considérablement en développement technologique et un autre défi important s'annonce si La Ruche conserve son modèle actuel, implanter un groupe SM 40 dans chacune des régions du Québec. Certes, le statu quo n'est pas une option pour La Ruche. Les dirigeants de La Ruche sont bien au fait de cette situation et ils mentionnent plusieurs pistes d'amélioration dans leur plan d'action 2015-2016.

⁹ 672 000\$ à 7% de frais = 47 000\$

¹⁰<https://www.bnc.ca/fr/a-propos-de-nous/nouvelles/salle-de-presse/communiqués-de-presse/2015/20150902-La-tournee-de-Ulule-Quebec-sur-le-financement-participatif-sarretera-dans-7-grandes-villes.html>

Récemment, La Ruche a annoncé une entente avec la Fondation de l'Université Laval¹¹ qui permettra de faire des dons à des projets en échange de reçu de charité. Une autre distinction de l'entente avec l'Université est que chaque dollar promis est versé, pas besoin d'atteindre la cible fixée. Il s'agit peut-être d'une nouvelle option envisageable pour les projets de La Ruche.

Le modèle d'affaires de La Ruche est la réponse fintech à l'industrie du micro-crédit, de l'entrepreneuriat de proximité, aux besoins des entrepreneurs sociaux et de l'économie collaborative liée à la région de Québec. La pérennité de ce modèle est à la merci du soutien des organismes locaux et La Ruche doit s'adapter pour survivre.

Analyse des capacités stratégiques - Afin de bien évaluer la capacité stratégique de La Ruche nous avons procédé à l'analyse de ses capacités distinctives afin de mesurer si elle détient des avantages concurrentiels. La plateforme de socio financement de La Ruche crée de la valeur pour des projets locaux à dimension humaine, communautaire et sociale. En général, les sommes recueillies permettent à l'individu de lancer son projet. Pour un projet donné, La Ruche crée de la valeur, mais d'un point de vue macroéconomique ou en part de marché de financement dans la région de Québec l'apport n'est pas significatif donc par le fait même pas nécessairement de création de valeur. La Ruche fait partie des 2000 plateformes de crowdfunding dans le monde, elle doit donc se distinguer autrement. Elle le réalise par les caractéristiques suivantes, c'est un organisme sans but lucratif et c'est un site qui se concentre sur une région précise et qui veut laisser une empreinte socioéconomique dans sa région ce qui est très noble comme mission.

Pertinence : La stratégie répond-elle aux opportunités et aux menaces auxquelles l'organisation est confrontée? La stratégie de proximité, l'esprit de communauté et l'implication des gens d'affaires permettent à la Ruche de se distinguer des plateformes de financement participatif et ciblent un créneau de marché inexploité, ce qui rend son modèle d'affaires pertinent, mais limité à des projets de petite envergure. De plus, les gens de La Ruche ont une mission de démocratisation de l'entrepreneuriat ce qui augmente la pertinence de La Ruche.

11 <http://www.journaldemontreal.com/2015/10/25/lunion-fait-la-force>







Acceptabilité : La stratégie répond-elle aux attentes des parties prenantes? La mission de La Ruche répond parfaitement aux raisons pour lesquelles elle a été créée. Elle fait grandir sa communauté et laisse une marque socioéconomique positive dans la région de Québec.

Faisabilité : La stratégie fonctionnera-t-elle en pratique? La stratégie initiale de l'OSBL fonctionne bien, elle a été financée et a été soutenue par la communauté d'affaires du milieu, le SM40 et la ville de Québec. Les parties prenantes sont au cœur de la réussite de la Ruche, le site web, la comptabilité, l'image, la publicité, les locaux, etc ont été ou sont produits sans frais. Tel que mentionné précédemment, les revenus générés par les projets réalisés ne sont pas suffisants pour que l'OSBL soit autosuffisant. La plateforme numérique n'est pas encore autonome au niveau financier. Pour que la stratégie et la mission de La Ruche se réalisent, des alliances stratégiques devront être conclues comme l'ont réalisé Ulule et la Banque Nationale.




Autres données

LaRucheQuebec.com (période entre 2013 et 2016)

Objectifs fixés – Des résultats qui dépassent les attentes¹².

Objectifs fixés	Résultats obtenus	Succès/échec
100 projets inscrits	178 projets accompagnés	
50 projets financés	72 projets financés	
Taux de réussite de 50%	Taux de réussite de 60%	
Montant moyen par projet de 10 000\$	Montant moyen par projet de 9170\$	
450 000\$ pour l'ensemble des projets financés	Plus de 640 000\$ grâce à plus de 5 700 contributeurs	
Minimum de 10 projets en tout temps	Nombre de projets variant entre 5 et 15	

¹²Plan d'action la Ruche 2015-2016

Objectifs fixés	Résultats obtenus	Succès/échec
Avoir lancé un projet de grande notoriété	«Pour toit» un projet ayant amassé 80 150\$ pour offrir un lieu aux jeunes endeuillés	
Minimum de 100 visites par jour sur le site Web	Minimum de 500 visites par jour, dont 5 756 abonnés à l'infolettre et 4 684 j'aime sur Facebook	
Une activité par mois avec les ambassadeurs	12 rendez-vous mensuels de la Cellule, 2 confréries annuelles, La Ruche académie	

Les résultats présentés par La Ruche démontrent que la population de la ville de Québec supporte La Ruche. Les projets et les résultats présentés dépassent les objectifs initiaux. Cependant, une grande part des résultats mentionnés précédemment proviennent de deux projets que nous pourrions qualifier de données aberrantes. Il y a, dans un premier temps, 208 000\$ recueillis pour le Congrès mondial de la Jeune Chambre International 2016. La publicité pour ce projet dépasse largement la Ruche, il y a un comité de dix ambassadeurs dont Yvon Charest, Louis Tétu et Martine Turcotte.

ANNEXE 9 Plan d'action de la Ruche 2015-2017

Après deux premières années d'activités qui ont récolté plusieurs succès, La Ruche est en bonne position pour poursuivre son ascension et entrevoir l'avenir positivement. À la lumière des résultats obtenus et des impacts directs et indirects engendrés par La Ruche sur la communauté, elle poursuivra son aventure dans les prochaines années et va continuer de contribuer à faire de Québec une ville intelligente en donnant à la population la possibilité de s'impliquer et de faire la différence. Ainsi, La Ruche entend apporter certaines améliorations à sa plateforme et développer de nouveaux projets qui continueront de dynamiser le milieu entrepreneurial et répondront aux besoins des différentes clientèles d'entrepreneurs.

PROJETS POUR 2015 - 2017 :

• **Nouveau système de paiement** - Dans le but d'offrir une alternative améliorée au système de paiement sécurisé PayPal, qui oblige un contributeur aussi à posséder un compte, La Ruche pourra bientôt compter sur la plateforme de paiement Stripe pour assurer des transactions plus simples et d'autant plus sécuritaires. Malgré sa renommée internationale, PayPal représente le principal frein aux contributions pour La Ruche.

• **Amélioration de la plateforme web** - Deux années d'expérience offrent suffisamment de contenu pour améliorer le site web de La Ruche afin de mieux répondre aux besoins des utilisateurs. Voici quelques-unes des améliorations majeures qui y seront apportées :

- **Bonifier l'expérience sur le site** : en améliorant la page des usagers, qu'ils soient contributeurs ou promoteurs, pour qu'elle soit plus conviviale et offre davantage de fonctions. La création de comptes sera simplifiée, le processus de paiement aussi;
-
- **Offrir une place aux entreprises locales** : en créant une section qui permette à celles-ci de supporter les projets en démarrage soit financièrement, soit en offrant une contribution sous forme de services (comptabilité, juridique, publicité, etc.). Inspirée des modèles du Crowd Sourcing, cette nouvelle option aura pour effet d'augmenter le nombre de portefeuilles disponibles pour investir dans la relève entrepreneuriale de la région. Avec les projets endossés, ces entreprises se définiront une «personnalité de projet » et bénéficieront d'une visibilité en tant que bon citoyen corporatif. L'objectif est d'utiliser toutes les ressources.

Vision d'avenir

- **Assurer un suivi des projets** : créer une section qui permette de suivre l'évolution des projets lorsqu'ils ont complété avec succès leur campagne de financement par l'intermédiaire de vidéos et d'une section dialogue avec le promoteur.

- **Offrir l'option « campagne flexible » / « levée de fonds »** : à l'heure actuelle, La Ruche ne permet qu'exclusivement les projets ayant un objectif financier fixe. Ainsi, un projet qui n'atteint pas son objectif ne reçoit aucune contribution. Plusieurs autres plateformes de sociofinancement telles que Indiegogo et Haricot offrent la possibilité de faire des campagnes de levée de fonds, ainsi, chaque dollar amassé va

directement au promoteur, sans qu'il n'ait à atteindre un objectif précis. La Ruche désire développer cette fonction avec des spécificités bien à elle qui obligera le promoteur à déterminer, dès le départ le type de campagne choisi. Ainsi, La Ruche élargit son spectre de services, suit la tendance mondiale et vient répondre à la demande des organismes locaux n'ayant pas d'objectif fixe, mais plutôt un besoin global de financement. Naturellement, les organismes se qualifiant pour ce volet auront des modalités bien différentes que les campagnes fixes et seront approuvés par les SM40.

• Développement de La Ruche en équité (equity)

Au printemps 2015, l'Autorité des marchés financiers a légalisé le financement participatif en capital, au Québec. La Ruche désire offrir cette option de financement à ses promoteurs de la dispense en démarrage (>250k\$). Pour donner une idée de grandeur, une plateforme américaine de sociofinancement en équité, nommée EquityNet, a généré du financement pour plus de 250 millions de dollars, depuis 2005. L'impact pourrait être très important pour la région de Québec. Nous travaillerons de concert avec des acteurs du milieu financier : Desjardins et FondAction, des partenaires qui permettront la naissance de ce volet.

• Essaimage provincial

Dans la dernière année, six régions et leurs organismes locaux ont approché La Ruche pour se doter d'une plateforme semblable. La Ruche entretient d'étroites discussions avec ces régions afin d'établir un modèle de «License», d'entente et de financement. Naturellement, chaque Ruche devra laisser une empreinte localement, mais le portefeuille du contributeur, lui, pourra venir de n'importe quelle région. Bref, cette aventure permettra d'augmenter le nombre de contributeurs potentiels pour chacun des projets, influencera directement le nombre de projets financés et, ultimement, augmentera l'apport à La Ruche pour stabiliser son modèle d'affaires et sa pérennité financière. Nous travaillerons de pair avec les instances politiques provinciales et Desjardins pour assurer notre développement à la grandeur du Québec. Une collaboration avec la C8 de l'École d'Entrepreneurship de Beauce a également été mise en place. Ayant, à même leur cohorte, plusieurs entrepreneurs importants de différentes régions du Québec, ceux-ci seront les pionniers de cet essaimage et établiront les premiers contacts avec les fonctionnaires et élus des régions, en plus de dénicher les futurs SM40 de leur coin.

• **Fonds des ambassadeurs-** Les ambassadeurs uniront leurs forces et allieront leurs réseaux de contacts afin de mettre sur pied un fonds de contribution pour les projets de La Ruche. Les 60 ambassadeurs devront trouver 5 contributeurs (ils peuvent aussi s'inclure) qui s'engageront, pour une période de 3 ans, à verser la somme de 1 500\$ par an (montant et structure à être établi). Cela représente donc un potentiel de 300 contributeurs pour un montant annuel global de 450 000\$. La contribution pourrait être divisée de la manière suivante :

- 750\$ en don qui servira directement aux opérations et au développement de La Ruche. Nous espérons amasser un total de 50 000\$ pour la période 2015-2016.
- 750\$ en prêt sans garantie ni intérêt, qui servira à titre de leviers financiers directement aux projets se retrouvant sur La Ruche. *Une collaboration avec le Fonds d'Emprunt de Québec est évaluée.

• **Leviers financiers et financement direct** - Grâce au Fonds des ambassadeurs, La Ruche pourra venir soutenir directement et concrètement les projets par le biais de leviers financiers qui seront octroyés à

l'atteinte d'un certain pourcentage de l'objectif d'un promoteur. Ces leviers pourront être des prêts, du financement direct et/ou le cas échéant, de l'équité. Ainsi nous aiderons les promoteurs aux campagnes réussies, garantissant les aptitudes entrepreneuriales de celui-ci et la qualité et l'intérêt du projet par de futurs clients; une sorte d'étude de marché 2015. De plus, La Ruche désire remettre, dans le cadre d'un gala annuel, un montant significatif en bourses pour soutenir l'émergence de projets dans la région de Québec.

- **La Ruche « Campus UL »** - La Ruche développera, à même sa plateforme de financement participatif, une section exclusive aux projets de l'Université Laval, en collaboration avec la Fondation de l'Université Laval. Les termes et modalités pour les projets « Campus UL » seront différents, mais se feront à même la plateforme originale. L'Université Laval est une réelle pépinière de projets et ses étudiants pourront désormais profiter d'une rampe de lancement les accompagnant à faire leurs premiers pas d'entrepreneurs. Nous tenons à souligner l'ouverture d'esprit et l'avant-garde de la Fondation de l'Université Laval avec qui nous sommes fiers d'unir nos forces afin de bonifier la vitalité de notre belle région.

- **Le retour du programme pédagogique La Ruche Académie 2016** - Après deux premières éditions réussies, La Ruche Académie reviendra en force l'an prochain avec un maximum de 100 participants promoteurs, et 500 participants spectateurs. La formule continuera d'offrir une semaine de formation académique, d'exercices pratiques, de conférences par des entrepreneurs expérimentés, le tout sous le couvert d'un « festival de créativité et de startup » où se rencontrera la communauté entrepreneuriale.

ANNEXE 10 Listing des Ambassadeurs de La Ruche -SM40

AMBASSADEURS - SM40	ENTREPRISE
Alain Têtu	Prime Marketing
Alex Caron	Projet Y Producteur d'Événements
Annie Fernandez	Fernandez Communications
Carl-Frédéric De Celle - FONDATEUR	iXmedia
Carole-Anne Dugré	Raymond Chabot Grant Thornton
Catherine Ekker	102,9
Catherine Lavoie	NRG & Rouge FM
Chantale Lachance	Gestev
Charles Auger	Chocolats Favoris
Charles Gaudreau	Cavalerie Productions
Claudia Genel	Radio-Canada
Dominic Brown	Chocolats Favoris
François Lapointe	Quebecomm
Frédéric Campbell	Fokus Productions
Frédéric Dubois	Théâtre Périscope
Frédéric Dugré	H2O Innovations
Frédéric Matte	Yuzu
Geneviève Cantin	Ministère du Tourisme
Guido Griffin	Studio Party Time
Hélène Michel	Mallette
Hugo Germain	Alt & Groupe Germain
Hugo Langlois	Radio NRJ
Ichrak Zahar	Journal de Québec
James Eaves	FSA ULaval
Jacques De Varennes - FONDATEUR	LG2
Jean-François Dugal	Studio Element
Jean-François Welch	Welch Bussieres Avocats
Jean-Philippe Villemaire	32 MARS
Jean-Sébastien Noel - FONDATEUR	uGene - Intelligence Urbaine
Jérôme Jolicoeur	Groupe AMT
Karine Girard	CHU Saint-François d'Assise
Lise-Andrée Roy	Laurier Québec
Louis Latulippe	Magasin latulippe

Louis-Philippe Noël	Innvue
Marc-Vincent Bobée	Groupe Le Massif
Marie Albertson	Cabinet du Maire de Québec
Marie-Ève Lavoie	Copies de la Capitale
Marie-Ève Leclerc	Équiterre
Marieme Ndiaye	Artiste & chroniqueuse
Martin Bernier	Brad
Martin Berthiaume	Groupe Enode - TELUS
Martin Chouinard	Solotech
Maryse Cléro-Nobrega - FONDATEUR	Artiste photographe
Matthieu Dugal	Radio Canada
Maxime Dion	MS Solutions
Melissa Cauchon	Mademoizelle Fizz Stylisme
Michel-Alexandre Lessard	Cossette
Mylène Moisan	Le Soleil
Nicolas Bouchard	DuProprio
Olivier Dufour - FONDATEUR	Dufour Images & Spectacles
Philippe Dancause	Dancause Conseils
Patrick Caux	Musée National des Beaux Arts
Philippe Labbé	Laiterie de Charlevoix
Pierre-Yves Lord	CKOI & BOIRE
Raymond Boisvert	Quebec Scope
Simon Poitras - FONDATEUR	HK Stratégies
Simon Chevalier-Racine - FONDATEUR	Exposio Technologies inc
Stéphanie Allard	EcoGestion Solutions
Steve Couture	Frima Studio
Vincent Beaulieu	Vincent Beaulieu Productions
Vincent Bergeron - FONDATEUR	Robic, cabinet d'avocats
Vincent Dufresne	Conseiller Municipal
Yann Latouche	Carnaval de Québec
Yves Cinq-Mars	Quebecor

ANNEXE 11 Visite sur le terrain Molenbeek (Banlieue de Bruxelles)

Visite du Projet Brass'Art à Molenbeek

«De la bière, du thé et de la scène» dans l'ancien immeuble des Abdeslam -
19/01/2017 10:27:00

Projet 4: Brass'Art

Molenbeek-Saint-Jean -

Un café-spectacle ouvrira le 22 mars sur la place Communale de Molenbeek. Ce **Brass'Art** s'offrira au stand-up, à la musique, et aux arts numériques. Il veut former les jeunes artistes. Et faire oublier le passé symbolique du lieu. Un seul mot d'ordre «diversité». Source: *l'avenir.net*



B.Lambert (UQAR) et RM Lacasse (UQAR) en compagnie de Mohamed Ouached (Brass'Art) et Frederik Lamote (Groupfunding)



UQAR



teknion