

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE.....	vi
LISTE DES ABRÉVIATIONS .....	vii
1 INTRODUCTION .....	1
1.1. Contexte.....	1
1.2 Problématique générale .....	4
1.2.1 Enjeux Généraux .....	5
1.2.2 Les risques liés au crowdfunding .....	5
1.2.3 Les atouts du financement participatif.....	5
1.3 Problématique spécifique.....	5
1.4 Localisation de l'étude par rapport aux perspectives d'analyse possible .....	6
1.5 Objectifs et questions de recherche .....	7
1.6 Périmètre de l'étude.....	8
2. REVUE DE LITTÉRATURE.....	8
2.1 Crowdfunding.....	8
2.1.1 Les plateformes de dons sans contre partie .....	10
2.1.2 Les plateformes de dons avec contrepartie.....	10
2.1.3 Les plateformes de prêts .....	10
2.1.4 Les plateformes de souscription au capital .....	10
2.1.5 Risque et rentabilité des différents types de plateformes .....	15
2.2 Communautés .....	15
2.2.1 Cercle de communauté .....	15
2.2.2 Cercle de contributeurs .....	16
2.3 Financement des Startups .....	18

2.3.1 Les modes de financement d'une Start-up.....	18
2.4 Hypothèses et cadre conceptuel.....	22
2.4.1 Hypothèse 1 .....	22
2.4.2 Hypothèse 2 .....	24
2.4.3 Cadre conceptuel .....	25
3. APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	26
3.1 Collecte et traitement des données .....	26
3.2 Développement du questionnaire .....	26
4. RESULTATS ET DISCUSSION .....	27
4.1 Démographie et population ciblée .....	27
4.1.2 Présentation des résultats en phase d'Amorçage .....	33
4.1.3 Présentation des résultats en phase Premiers Succès.....	38
4.2 Discussion des résultats .....	43
4.2.1 Vérification de l'hypothèse 1.....	46
4.2.2 Vérification de l'hypothèse 2.....	48
5.CONCLUSION.....	49
BIBLIOGRAPHIE.....	52
Annexe I: Questionnaire .....	55

## TABLES DES ILLUSTRATIONS

<i>Figure 1</i> : Diagramme de Venn .....	6
Figure 2 : Cadre conceptuel .....	7
Figure 3 : Types de plateformes de crowdfunding .....	9
Figure 4 : Type de plateformes de crowdfunding sur le risque/rentabilité.....	15
<i>Figure 5</i> : Les cercles de contributeurs.....	16
Figure 6 : Communautés.....	17
Figure 7: Typologies des financements durant le cycle de vie de l'entreprise.....	20
Figure 8 : Besoins financiers d'une Startup .....	21
Figure 9 : Chaine de financement des entreprises innovantes .....	22
Figure 10 : Résultats phase incubation famille,Amis,proches.....	29
Figure 11 : Résultats phase incubation financeurs institutionnels.....	30
Figure 12 : Résultats phase incubation investisseurs privés .....	31
Figure 13 : Résultats phase incubation structures d'accompagnement .....	32
Figure 14 : Résultats phase amorçage famille,amis,proches .....	34
Figure 15 : Résultats phase amorçage financeurs institutionnels .....	35
Figure 16 : Résultats phase amorçage investisseurs privés .....	36
Figure 17 : Résultats phase amorçage structure d'accompagnement .....	37
Figure 18 : Résultats phase premier succès famille,amis,proches.....	39
Figure 19 : Résultats phase premier succès financeurs institutionnels.....	40
Figure 20 : Résultats phase premiers succès investisseurs privés .....	41
Figure 21 : Résultats phase premiers succès financeurs institutionnels .....	42
Tableau 1 : Quelques dates clés du crowdfunding .....	3
Tableau 2 : Les plateformes de crowdfunding à travers le monde .....	3
Tableau 3 : Exemples parfaits de plateformes de crowdfunding.....	4

Tableau 4 : Les objectifs de l'étude et les questions de recherche .....	7
Tableau 5 : Les plateformes de dons sans contrepartie .....	11
Tableau 6 : Les plateformes de dons avec contrepartie .....	12
Tableau 7 : Les plateformes de prêt .....	13
Tableau 8 : Les plateformes d'investissement .....	14
Tableau 9: Modes de financement d'une startup .....	18
Tableau 10 : H1 .....	23
Tableau 11 : H2 .....	24
Tableau 12 : Résultats phase incubation famille, amis, proches .....	29
Tableau 13 : Résultats phase incubation financeurs institutionnels .....	30
Tableau 14 : Résultats phase incubation investisseurs privés .....	31
Tableau 15 : Résultats phase incubation Structures d'accompagnement .....	32
Tableau 16 : Résultats phase amorçage famille,amis,proches.....	34
Tableau 17 : Résultats phase amorçage financeurs institutionnels.....	35
Tableau 18 : Résultats phase amorçage investisseurs privés.....	36
Tableau 19 : Résultats phase amorçage structure d'accompagnement.....	37
Tableau 20 : Résultats phase premiers succès famille,amis,proches.....	39
Tableau 21 : Résultats phase premier succès financeurs institutionnels .....	40
Tableau 22 : Résultats phase premier succès investisseurs privés .....	41
Tableau 23 : Résultats phase premiers succès Structures d'accompagnement.....	42
Tableau 24 : Synthèses des résultats en phase d'incubation.....	43
Tableau 25 : Synthèses des résultats en phase d'amorçage .....	44
Tableau 26 : Synthèses des résultats en phase premiers succès .....	45
Tableau 27 : Comparaison hypothèses initiales et finales. ....	46
Tableau 28 : Communautés et phases.....	48
Tableau 29 : Synthèse des résultats .....	50
Tableau 30 : Synthèse des résultats communautés privilégiées selon chaque phase.....	51

## SOMMAIRE

Dans le cadre de ce travail de recherche, qui étudie l'impact du crowdfunding sur le financement des Start-up. Les différents champs traités tout au long de ce mémoire de recherche sont les différents éléments reliant les communautés les startups et le crowdfunding. Le travail consistait en premier lieu à faire une identification des différentes pratiques de crowdfunding existants. Les cercles de communautés, ainsi que les différents modes de financement disponibles. Par la suite il s'agissait de déterminer les communautés et les modes de financement les plus enclins à fournir du financement selon chaque niveau de croissance respectif Incubation-Amorçage-Premiers succès. Le tout dans un contexte lié aux startups. Les hypothèses H1 et H2 relevées ont été essentielles pour la réalisation du questionnaire de recherche, ou nous avons mobilisé un ensemble de points important, dans le but d'atteindre les objectifs de notre travail.

Les principaux résultats obtenus à travers cette recherche nous ont permis de déterminer les modes de financement les plus utilisés durant les différentes phases de croissance de la startup Incubation- Amorçage- Premiers succès. Ainsi que les communautés qui s'adaptent aux besoins de financement et au niveau de financement durant les trois phases de croissance d'une startup.

LISTE DES ABRÉVIATIONS

NTIC : Nouvelles technologies d'information et de la communication.

JDN : Journal du net.

PME : petite et moyenne entreprise

H1 : Hypothèse 1

H2 : Hypothèse 2

*À ma mère Jamila Amir*

*À mon père*

*À la vie*

ClicCours.com

REMERCIEMENTS

Je tiens à adresser mes plus grands remerciements à mon directeur de recherche Monsieur Christophe Bredillet, Professeur au Département de Management pour son encadrement sa grande implication, ainsi que pour ces précieux conseils tout au long de ce travail de recherche. Je souhaiterais remercier également le Professeur Darli Vieira directeur du programme Gestion de Projet. Monsieur Alencar Bravo ainsi que tous les membres de la communauté de l'Université du Québec à Trois Rivières.

Je tiens à remercier ma marraine Alexane Raiche pour avoir facilité mon intégration au sein de l'université. Remercier ma famille mes amis toutes les personnes qui ont contribué de loin ou de près à ma réussite.

# 1 INTRODUCTION

## 1.1. Contexte

Durant ces dix dernières années, le développement fulgurant du numérique, la généralisation des smartphones et de l'Internet très haut débit a permis aux sociétés de se développer en créant des plateformes web et des applications mobiles. Objectif faciliter la vie des clients, qui peuvent à tout moment, trouver des personnes proposant des ressources (une voiture avec chauffeur ou un appartement pour une nuit, par exemple). Actufinance. (2016). Pour chaque transaction, l'entreprise gagne de l'argent en prélevant une commission. Le web 2.0 et les réseaux sociaux ont permis aux communautés en ligne de se développer, les individus pouvant désormais se connecter à travers ces plateformes. Le web 2.0 a donc permis de démocratiser l'open-source, puis finalement la naissance du crowdfunding.

Selon Boyer, Chevalier, Léger et Sannajust (2016) Le **crowdfunding** est la rencontre de trois acteurs : un entrepreneur / émetteur une plateforme / opérateur, un épargnant investisseur pour générer de l'argent en générant de nouveaux projets.

Le **crowdfunding** signifie « funding » par la foule « crowd ». Selon la définition de schweinbacher et larralde (2012). Le financement par la foule est un appel à tous, essentiellement via internet, pour obtenir des ressources nécessaires a la conduite d'un projet. Boyer, Chevalier, Léger et Sannajust (2016)

Le crowdfunding est donc le financement d'un projet via internet il existe trois formes de crowdfunding.

- Le don ;
- Le prêt ;
- L'apport en capital ;

## **L'apparition du crowdfunding**

Le financement par la foule, à travers les dons ou la participation financière, n'est pas récent. Il se faisait via le mécénat ou la contribution de membre d'une famille ou d'habitants dans un village.

Aujourd'hui, la révolution technologique Internet est la raison principale de l'essor du crowdfunding. C'est la caractéristique majeure qui différencie le financement participatif.

Internet en particulier est la raison principale de l'essor du crowdfunding. C'est la caractéristique principale majeure qui différencie le financement participatif d'avant et celui de maintenant. Le crowdfunding est construit sur un système pratiquement identique en utilisant les nouvelles technologies de l'informations et de la communication.

Selon Agrawal et al. (2011), le développement d'Internet a favorisé la communication entre les donateurs, et les porteurs de projet, à moindre coût, quel que soit la localisation de chacune des parties, et cela grâce à une plateforme. La diversité géographique des investisseurs est donc facilitée. Le phénomène est amplifié par les réseaux sociaux à travers le monde.

**Kickstarter** est une plateforme de financement participatif sur internet, créée en 2009 et précurseur dans le domaine. Kickstarter permet aux internautes de financer des projets dans les premiers stades, en réduisant les lourdeurs associées aux modes traditionnels d'investissement

Depuis son lancement, Kickstarter a permis de financer (plus de 120 000 en avril 2017, représentant 2,95 milliards de dollars d'engagements) dans des multiples domaines : jeux vidéo, la production d'énergie solaire, programmes alimentaires. Kickstarter. (S. d.). Dans Wikipédia

**Ulule** est un site web de financement participatif créé par Alexandre Boucherot et Thomas Grange. Ulule est édité par Ulule SAS.

Ulule dispose de bureaux situés à Paris, Barcelone et Montréal. Depuis son lancement, Ulule a permis le financement de milliers de projets dans des domaines assez différents, Audiovisuel, musique, entrepreneuriat l'entrepreneuriat. Ulule. (s. d.). Dans Wikipédia

Tableau 1 : Quelques dates clés du crowdfunding

2005	Kiva : première plateforme de P2P
2006	Prosper : première plateforme de P2P lending aux États-Unis
2007	Création de MyMajorCompany
2008	Création de WiSEED
2008	Création de Babyloan
2009	Kickstarter
2010	Ulule

Source : Bessière et Stéphanie (2014)

Tableau 2 : Les plateformes de crowdfunding à travers le monde

<b>Pays</b>	<b>Nombre de plateformes</b>
Etats-Unis	344
Royaume-Uni	87
France	53
Pays bas	34
Canada	34
Espagne	27
Allemagne	26
Brésil	17
Italie	15

Source : Banque mondiale (2013)

Tableau 3 : Exemples parfaits de plateformes de crowdfunding

Ulule	Ulule est un site web de financement participatif, Ulule est présent a Paris, Barcelone, Montréal
Arizuka	Les associations. Projets personnels, professionnels, ils sont tous dédiés à la solidarité, à l'innovation sociale et au développement durable
Bulb in town	C'est un site de finance participative locale : Artisanat, les commerces, musées,
KisskissBankBank	Une plateforme dédiée à l'innovation internationale, l'entrepreneuriat ainsi qu'à la créativité.
Kickstarter	Kickstarter est une plateforme américaine. Soutenant des projets spécialisés dans des secteurs différents.
Fundo	Plateforme de crowdfunding projets canadiens artistiques et commerciaux.
LarucheQuébec	Plateforme Québécoise de crowdfunding généraliste (S. d.). Dans Wikipédia, l'encyclopédie libre.

## 1.2 Problématique générale

Dans l'univers des Start up technologiques, lever les fonds nécessaires au financement de leurs projets n'est pas une mince affaire. Ali, K. A. K. (2014) Avant de pouvoir collecter des fonds, il faudrait tout d'abord commencer par convaincre du potentiel de croissance de son entreprise. L'objectif est de réunir les fonds nécessaires. Selon Boyer, Chevalier, Léger et Sannajust, (2016). Le succès d'une campagne de financement participatif dépend de la force du produit ou du service, ce dernier doit avoir un impact réel pour les usagers.

Pour le crowdfunding, le nombre de participants est plus important que la somme investie par chacun. En effet, l'addition de petites sommes permet parfois la réalisation de projets d'envergure. Ali, K. A. K. (2014) La réussite d'un produit jusqu'à sa commercialisation nécessite en général plusieurs levées de fonds selon le niveau d'avancement du projet. Le crowdfunding ou financement participatif est souvent utilisé pour financer la recherche et développement ou le prototypage du produit. Le crowdfunding est censé donner une solution aux problèmes de financements que rencontrent les jeunes starts up d'aujourd'hui.

### **1.2.1 Enjeux Généraux**

Le principal enjeu du crowdfunding est la création de valeur pour permettre aux porteurs de projets d'arriver à concrétiser leurs objectifs. Le deuxième enjeu est de motiver les crowder pour susciter leur adhésion aux projets présentés. Renforcer la relation de confiance entre l'utilisateur d'une plateforme et le porteur de projet.

### **1.2.2 Les risques liés au crowdfunding**

Ce sont essentiellement les risques de cyber attaques le piratage des données personnelles pour les utilisateurs. Les arnaques ou fraudes, le créateur d'un projet peut disparaître vers la fin de la levée des fonds en manquant à son engagement qui était de livrer le projet.

### **1.2.3 Les atouts du financement participatif**

- Tester l'intérêt du projet auprès du grand public.
- Le financement permet d'évaluer le potentiel d'un projet auprès de la foule.
- Il s'agit également de bénéficier d'une énergie générant un optimisme partagé.
- Se faire connaître et renforcer son capital social auprès de la foule.

Source : Onnée, & Renault (2013).

### **1.3 Problématique spécifique**

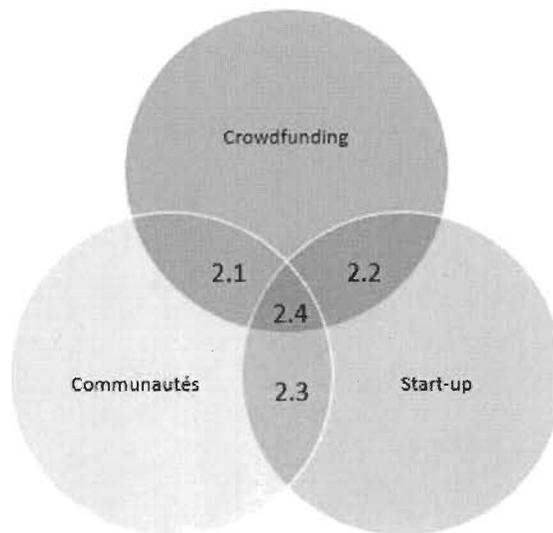
Le sujet est l'étude des pratiques de crowdfunding qui permettent d'accroître la réussite d'une campagne d'une startup, grâce aux communautés. Selon Bessière et Stéphan, (2014) La principale motivation des jeunes entrepreneurs en faisant appel au crowdfunding est de trouver les fonds nécessaires pour financer leur projet. Étant donné la difficulté pour trouver du financement, les fondateurs des startups ont dû se tourner vers d'autres méthodes de financement. Le crowdfunding en est une.

Selon un sondage établi par Lambert et Schwienbacher (2010) les répondants au sondage déclarent que d'autres raisons que la collecte de fonds sont également des motivations pour choisir le financement participatif. La collecte de fonds est certes la plus importante, mais le financement participatif est considéré aussi comme un moyen très efficace pour faire la promotion de son idée de concept ou un projet. Les entrepreneurs utilisent les réseaux sociaux, (par exemple, des blogs, Facebook et Twitter) ; ces canaux de communication permettent d'avoir un contact direct et personnalisé avec la foule.

#### 1.4 Localisation de l'étude par rapport aux perspectives d'analyse possible

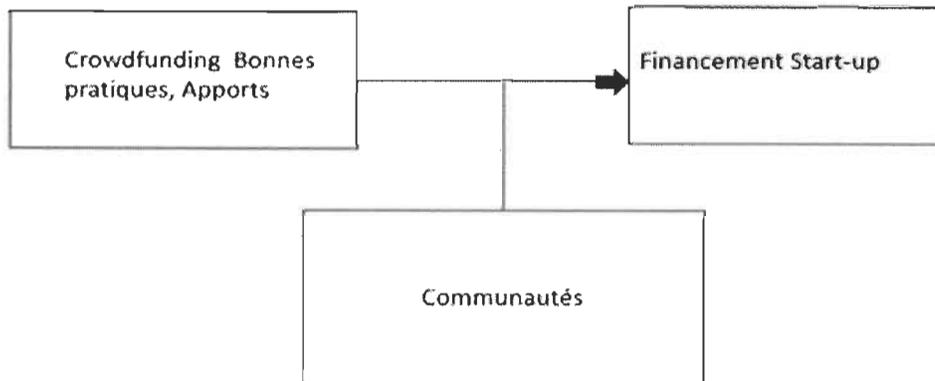
Vu que le concept du crowdfunding est assez vaste, à travers cette étude, nous tenterons d'éclaircir et d'évaluer concrètement quels sont les facteurs clés de succès d'une campagne de crowdfunding par le don.

En termes de modèles, comme cité en haut notre étude se situe au niveau de "financement participatif dans l'environnement des start-up". Nous allons à travers notre recherche, traiter le financement participatif en se focalisant sur la faisabilité pour une start up de réussir sa levée de fond. Cependant, d'autres notions sont mobilisées dans notre étude, la Figure 1 illustre la zone de convergence entre ces différents champs disciplinaires.



*Figure 1 : Diagramme de Venn*

### 1.5 Objectifs et questions de recherche



**Figure 2 : Cadre conceptuel**

Tableau 4 : Les objectifs de l'étude et les questions de recherche

<b>Objectifs de l'étude</b>	<b>Questions de recherches</b>
O1 : Définir les pratiques de crowdfunding.	QR1.1 : Quelles sont les différentes pratiques de crowdfunding. QR1.2 : Quels sont les risques et rentabilités des différentes pratiques.
O2 : Identifier les éléments liés aux communautés.	QR2.1 : L'importance des cercles de communautés pour les startups. QR2.2 : Quels sont les principaux objectifs pour attirer une communauté.
O3 : Identifier les éléments de financement des startups.	QR3.1 : Quels sont les différents modes de financement qu'utilisent les startups
O4 : Analyser et comprendre les pratiques de crowdfunding et le financement des startups.	QR4.1 : Quelle relation existe entre crowdfunding et financement des startups
O5 : Comprendre comment les communautés peuvent influencer la relation entre les pratiques de crowdfunding et le financement des startups.	QR5.1 Quel est le rôle modérateur des communautés sur les pratiques de financement des startups.

### **1.6 Périmètre de l'étude**

Au niveau de cette étude, nous avons choisi de délimiter le champ de recherche en traitant une plateforme de financement participatif et son impact pour collecter des fonds pour les starts up.

## **2. REVUE DE LITTERATURE**

Pour répondre aux questions de recherche et de formuler des hypothèses que l'on va tester. Nous avons structuré la revue en 4 grandes parties. La première s'adresse à la problématique spécifique de l'étude, à savoir le crowdfunding et sa contribution pour le financement des starts up. La deuxième partie traitera du rôle essentiel des communautés pour la réussite d'une campagne de financement. La troisième partie, quant à elle, traitera des clés de succès pour la réussite d'une campagne de crowdfunding. Dans la dernière partie, nous avons développé un cadre conceptuel qui regroupe les différents éléments en lien avec le processus de financement des start-ups par le biais du crowdfunding.

### **2.1 Crowdfunding**

Le financement participatif en lui-même n'est pas un concept nouveau, la croissance rapide des nouvelles technologies a été un facteur essentiel pour son développement. A l'origine, le crowdfunding était considéré comme un moyen de recueillir des fonds pour des projets artistiques et créatifs. De nos jours le financement participatif est désormais au niveau de tous les secteurs.

Jusqu'à présent, la définition la plus utilisée vient de Belleflamme et al. (2014), qui définit le crowdfunding comme étant : " un appel ouvert, principalement via Internet, pour collecter un financement par le don ou en échange d'une certaine récompense.

Selon Cox et Nguyen (2018). Le financement participatif implique généralement un « fondateur » celui-ci lance une « campagne » pour lever des fonds, hébergée sur l'une des nombreuses plateformes de crowdfunding. Ces plates-formes mettent en relation des porteurs de projets avec des investisseurs potentiels. La campagne crowdfunding sur internet contient les détails du projet ou de l'activité proposée par le fondateur, souvent

Avec une combinaison d'images, de textes descriptifs et de vidéos. Le fondateur établit également un objectif en termes de financement, qui représente le montant d'argent requis pour réaliser le projet.

Une fois la campagne lancée, le fondateur dispose d'une période limitée (environ 30 jours) pour un montant qui atteint ou dépasse leur objectif de financement initial. Selon le modèle de financement adopté, le non-respect de cet objectif peut avoir pour conséquence la non-réception des fonds levés.

Si la cible est atteinte ou dépassée, le fondateur conserve le montant levé, moins des frais de traitement des plateformes environ 10-12%.

### Types de plateformes de crowdfunding



(c) Edubanque.com / Ahès Consulting

Figure 3 : Types de plateformes de crowdfunding

### **2.1.1 Les plateformes de dons sans contre partie**

Selon Bessière et Stéphany (2017). Le financement par le don est le fait d'apporter un soutien financier, pour une opération de don sans contrepartie, l'internaute participe financièrement au projet qui l'intéresse, en revanche il n'a pas droit à une contrepartie financière.

### **2.1.2 Les plateformes de dons avec contrepartie**

La plateforme de dons avec contrepartie est un modèle de crowdfunding, dans lequel le porteur de projet s'engage à offrir une contrepartie cette dernière peut être symbolique.

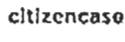
### **2.1.3 Les plateformes de prêts**

D'après Bessière et Stéphany (2017) sur ce type de plateforme, le crowder met son épargne sous la forme de prêt. Ce prêt avec ou sans intérêts servira aux financements de projets de particuliers, d'associations ou d'entreprises. Le financement par le prêt implique généralement des montants plus conséquents que sous la forme de dons.

### **2.1.4 Les plateformes de souscription au capital**

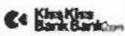
D'après Bessière et Stéphany (2017) L'equity crowdfunding est un type de plateforme permettant aux crowders après la participation financière de devenir actionnaires au cœur même du projet de start-up ou de PME. Toutefois c'est un modèle qui a de la peine à se développer.

Tableau 5 : Les plateformes de dons sans contrepartie

Noms	Durée maximum	Montant moyen donné par contributeur	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total collecté
 humaid	90 jours	A partir de 5€	0	10% HT	Il faut être un particulier, résider sur le territoire français, être en situation régulière sur le territoire français, être dans l'impossibilité de financer son projet et avoir déjà recherché des aides auprès des structures compétentes. Le projet doit porter sur le soin et/ou le logement. Cela ne concerne pas la création d'entreprise.	N.C.
	Illimité, rémunération une fois par mois	10 €	0	8% + 1% frais de transaction	Il faut être fournisseur de contenu gratuit et récurrent sur internet ou ailleurs (youtubeur, artiste de rue, etc). Un chef de projet valide la mise en ligne du projet.	1,7M€ pour 4507 créateurs
	Pas de durée maximum	Tout ou rien	0	5% sur les petits dons, 2,99€ sur les grands dons	<p>Projet d'intérêt général qui doit être porté par une organisation à but non lucratif qui répond au moins à un de ces critères :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir obtenu un « label » Comité de la Charte, IDEAS, AFNOR, Veritas, etc.</li> <li>- Être financé, parrainé ou sous égide d'une association ou une fondation reconnue d'utilité publique</li> <li>- Être financé par une structure publique ou para-publique : ministère, conseils général/régional, mairie, etc.</li> <li>- Avoir une expérience associative reconnue (au moins deux ans d'existence).</li> <li>- Être financé par du mécénat ou une fondation d'entreprise</li> </ul>	N.C.
	Pas de durée maximum	Tout ou rien	350€ qui peuvent être ajoutés à la collecte	8% que si objectif atteint	Il faut être une association régulièrement constituée qui œuvre dans les domaines de l'environnement, de la santé, des droits sociaux et de la protection des animaux. Possibilité de proposer des actions en justice.	N.C.
	Pas de durée maximum	74,95€	0	0%	Être une association déclarée en France	35,6M€ pour 23743 associations 1500€ en moyenne

Source : Fundraise Advisor. (2017)

Tableau 6 : Les plateformes de dons avec contrepartie

Noms	Durée max de la campagne	Ticket moyen par contributeur	Montant	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total levé
	60 jours	60 €	Tout ou rien	0	5% + 3% de frais de transaction bancaire	Le projet doit s'inscrire dans une démarche innovante, solidaire, sportive ou à portée collective, doit s'adresser au grand public et doit avoir une finalité bien précise : (un livre, un spectacle, une application, etc). Sont refusés les projets personnels (vacances, mariage, etc)	62M€ pour 24 317 projets présentés 2550 € par projet en moyenne
	90 jours	49 €	Tout ou rien	0	5% + 3% de frais transactionnels	Les projets ayant une finalité créative, artistique, solidaire ou une portée citoyenne sont éligibles. Il faut une portée collective. Vous soumettez votre projet, un success manager vous guidera ensuite pour obtenir la validation finale	70M€ pour 24978 projets présentés 2800 € en moyenne par projet
<b>KICKSTARTER</b>	60 jours	225	Tout ou rien	0	5% + 3% de frais de transactions et 0,20€ par engagement	Le projet doit être créatif (art, artisanat, technologie) et viser à créer une œuvre ou fabriquer un produit à portée collective (montrer un prototype). Les levées de fonds caritatives sont interdites.	2,8Mds pour 335982 projets lancés 8300€ en moyenne
	Recommande une durée max de 40 jours	N.C.	Tout ou rien OU flexible	N.C.	5% + 3% de frais de transactions + 0,30\$ par engagement	Le projet doit être créatif quel que soit son stade de développement : Art, architecture, technologie, films, loisirs créatifs	+ de 1Mds\$ pour 650000 projets auxquels les donateurs ont contribué
	Recommande une durée max de 60 jours	N.C.	Flexible	N.C.	0	Ouvert à tous les projets Attention particulière portée sur l'altruisme des fondateurs	N.C.

Source : Fundraise Advisor. (2017)

Tableau 7 : Les plateformes de prêt

Noms	Durée de financement	Montant prêté	Taux	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total emprunté
 UNILEND	Entre 3 mois et 5 ans	Entre 10K€ et 500K€ 74K€ en moyenne	Entre 3,5% et 10% Sans garantie	0	4% HT du montant total puis 1% par an du capital restant	Avoir clôturé son troisième exercice comptable. Financement de besoins de trésorerie et d'investissements	23M€ pour 306 projets
 lendix	Entre 3 et 84 mois	Entre 30K€ et 2M€ 320K€ en moyenne par projet financé	Entre 4 et 9,9%	0	3% + 1/12% de gestion de flux	TPE PME au CA > 400K€ et rentables	57M€ répartis sur 177 projets
 LENDOPOLIS	Entre 24 et 60 mois	De 10K€ à 100K€ 71K€ en moyenne par projet financé	Entre 5 et 10,5% Sans caution sans garantie	0	3% HT pour les emprunts de 3 ans ou moins, 4% HT sinon + 1% HT pour la gestion	Toutes les sociétés domiciliées en France, enregistrées au RCS, ayant des fonds propres (comptes courants d'associés compris) et un EBE positifs.	9M€ répartis sur 129 projets
 CLUEFUNDING	Entre 6 et 48 mois	De 100K à 1M€	A partir de 7% par an avec ou sans garantie	0	5% HT du montant financé	Tous les projets sont éligibles mais la société doit avoir clôturé 2 exercices financiers (SA ou SAS, SARL) ou, par exemple, pouvoir apporter des actifs (matériels, immobilier...) en garantie.	7M€ répartis sur 25 projets
 Lendospeers.com	1 à 6 ans	244K€ en moyenne par projet financé A partir de 50€	Entre 4% et 8%	Frais fixes variant selon les projets	4% HT	Le projet doit être solide économiquement et la démarche de développement durable doit être sérieuse	11,5M€ pour 47 projets

Source : Fundraise Advisor. (2017)

Tableau 8 : Les plateformes d'investissement

Noms	Ticket minimum	Montant levé	Frais fixes	Commission	Critères	Montant total levé
 kiosktoinvest	1K€	Entre 100k€ et 5M€	1500€ HT	Entre 7 et 9,5% HT	Avoir un besoin de financement entre 100k€ et 1M€, avoir un projet de développement, et s'assurer que le besoin en financement et la valorisation soient cohérents	N.C.
 ANAXAGO	1K€	Entre 100K€ et 1M€	A partir de 5K€	5%	Audit sur plus de 40 points de contrôle (3% des dossiers présentés sont sélectionnés), pacte d'actionnaires complets et valorisation négociée	61M€ pour 122 entreprises, soit 500K€ en moyenne par entreprise financée
 WISEED	100 €	300K€	0	Entre 5 et 10%	Pour être sélectionné, la communauté des Wiseeders vote puis une équipe d'expert fait une grande due diligence	73M€ pour 153 projets soit 480K€ par projet en moyenne
 happycapital	100 €	Entre 100k€ et 1M€	1500 €HT	Entre 6% et 8% HT	Au moins un premier bilan, société B2C ou B2B2C, présence sur les réseaux sociaux	N.C.
 SMART ANGELS	1K€	Entre 100k€ et 1M€	12500€ dont 3500€ en pré-collecte	1%	Besoin de financement entre 100K et 1M€	25M€ collectés pour 50 entreprises, soit 500K€ en moyenne par entreprise financée
 raizers	1K€	Entre 300K€ et 400K€	Max 5000€ et déduits des commissions si la campagne est un succès	Entre 6 et 10%	Une équipe dirigeante déterminée et complémentaire, un service ou un produit innovant/différenciant, des perspectives de croissance élevées, et enfin une levée comprise entre 50k€ et 1M€.	> 6M€ levés depuis le lancement

Source : Fundraise Advisor. (2017)

### 2.1.5 Risque et rentabilité des différents types de plateformes

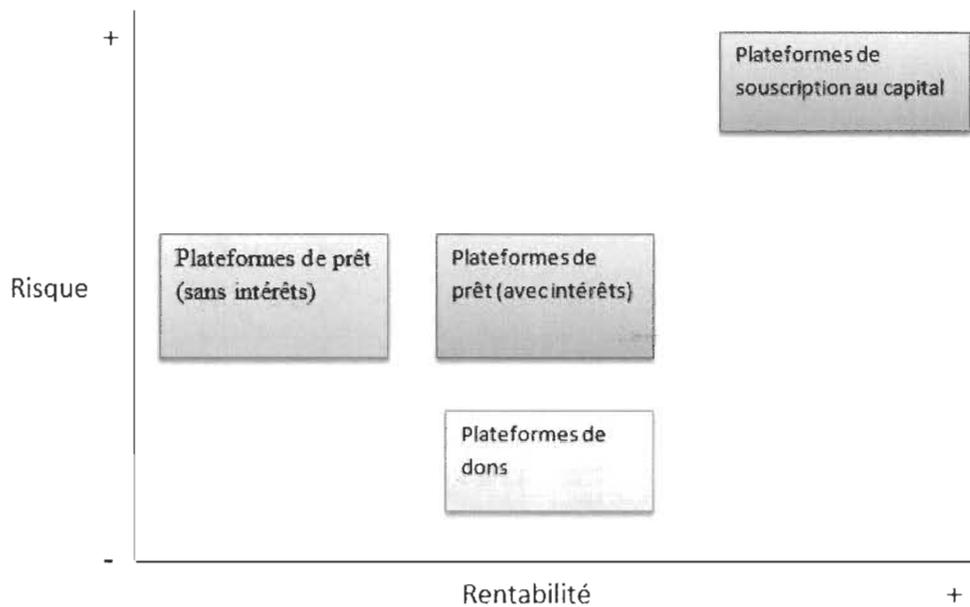


Figure 4 : Type de plateformes de crowdfunding sur le risque/rentabilité.

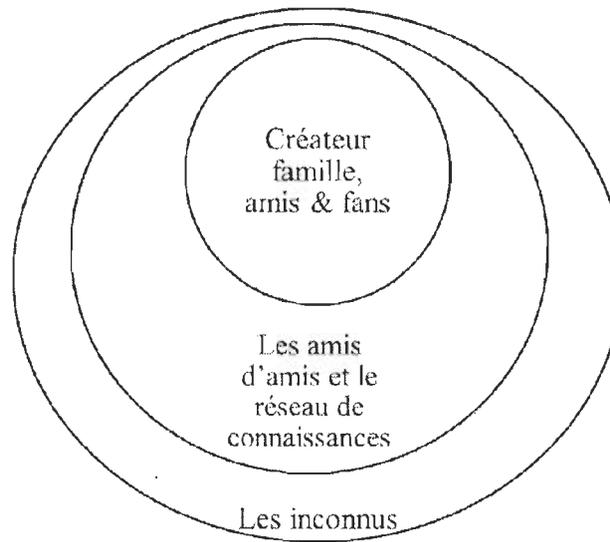
Source : Bessière et Stéphany (2017) p. 62.

Cette figure illustre parfaitement la relation risque/rentabilité entre les quatre types de plateformes de crowdfunding. Les plateformes de crowdfunding type dons se révèlent être moins risquées comparées aux autres choix de plateformes, d'un autre côté la plateforme qui représente le plus de risque est celle de souscription au capital.

## 2.2 Communautés

### 2.2.1 Cercle de communauté

C'est un concept qui comporte un ensemble de contributeurs. Au nombre de trois. Le premier représente la famille, les amis, les collègues et les fans de la première heure. Le second repose sur les amis des amis et les relais d'influence. La troisième comporte « les inconnus » pour le porteur de projet, à savoir le grand public, la presse, les blogs ainsi que les personnes qui ont le même centre d'intérêt. Touitou, F. (2015)



Source : Inspiré d'Agrawal & al. (2010) et d'Hemer (2011)

*Figure 5 : Les cercles de contributeurs*

Onnée et Renault, (2014)

### **2.2.2 Cercle de contributeurs**

Dans l'environnement d'une Start up avoir une communauté agit comme un point central pour la réussite d'un projet. Pour commencer, il faut tout d'abord collecter les informations nécessaires sur le profil des futurs utilisateurs (segment). Par la suite, définir leurs centres d'intérêts, les messages auxquels ils pourraient être le plus réceptifs. Définir les moyens ou canaux de communications les plus efficaces. Puis vers la fin faire une analyse particulière des différents points mentionnés. Sur la base de cette collecte d'information, il faudrait dresser une liste de :

- Sites
- Pages Facebook
- Pages Twitter
- Leaders d'opinion sur le web
- Blogs
- Forums
- Journaux
- Magazines

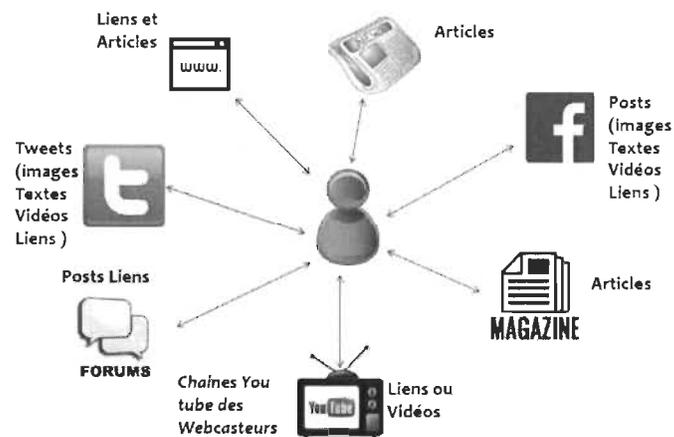


Figure 6 : Communautés

Les principaux objectifs pour attirer une communauté sont :

- Atteindre un nombre maximum d'internautes entrant dans la cible;
- Assurer un nombre de trafic qualifié sur le site, et les inviter à prendre action : Call to action, partager le contenu, s'inscrire et recommander le site à leurs réseaux d'amis;
- Améliorer le référencement du projet;
- Communiquer une forte et bonne image de marque.

### 2.3 Financement des Startups

Une start-up, selon Tisserand-Barthole, C. (2017), est une jeune pousse, une entreprise naissante, innovante avec souvent un petit effectif. Selon JDN. (2018). Au tout début le terme Start-up désignait de nouvelles entreprises, ayant moins d'une année d'existence, pour être considéré comme start-up, ces entreprises devaient avoir réalisé au moins un tour de financement extérieur. L'utilisation de ce mot s'est étendue par la suite a de nombreuses PME dans le secteur des nouvelles technologies.

Selon Cox, J., & Nguyen, T. (2018) Les start-ups et les petites entreprises représentent un pôle d'innovation et de croissance important pour l'économie Beck et Demirgüç-Kunt, 2008. Cependant le principal obstacle observé pour jeunes entreprises est la difficulté de financer leurs projets ainsi que d'exploiter les opportunités de croissance et d'investissement (Kortum et Lerner, 2000, Gompers et Lerner, 2004).

#### 2.3.1 Les modes de financement d'une Start-up

Tableau 9: Modes de financement d'une startup

Love Money
Fonds publics
Incubateurs
Business Angels
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement.
Capital Risque
Capital croissance

**Love Money** : Le love money est considéré comme étant un moyen de financer la création d'une entreprise. C'est un financement collecté auprès de la famille, des proches des amis pour aider le porteur de projet à lancer son entreprise et lui permettre de lancer et développer son projet. JDN. (2018).

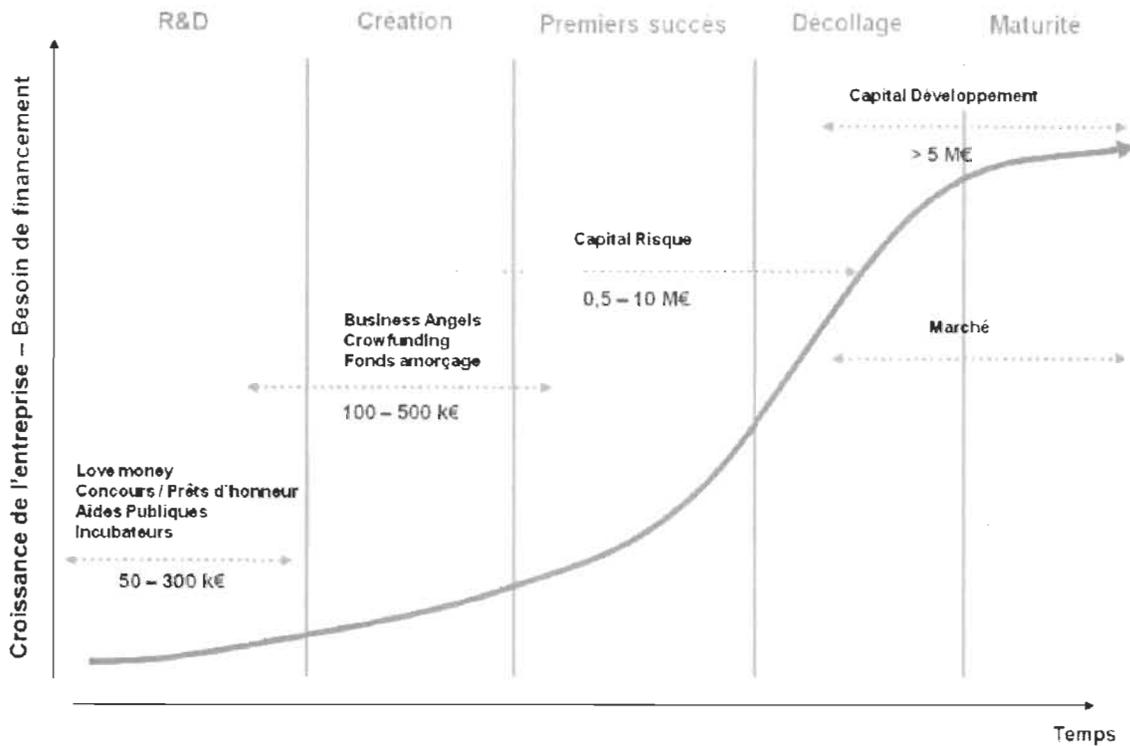
**Fonds publics** : « Ensemble des sommes d'argent qui appartiennent à l'État et qui sont soumises aux règles de la comptabilité publique ». (Source : GDT, 2001) thesaurus. (2018).

**Incubateur** : C'est un organisme d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise. Sa fonction principale est de permettre aux jeunes porteurs d'un projet innovant de créer une société. JDN. (2018).

**Business Angels** : L'activité professionnelle du business angel est d'investir dans des projets d'entreprises innovantes ou à utiliser son réseau professionnel pour en favoriser le développement. JDN. (2018). Business Angel.

**Capital risque** : Le capital-risque est un investissement, sous forme d'argent, apporté au profit d'une jeune entreprise par des investisseurs. JDN. (2018). Capital Risque.

**Capital croissance** : Les fonds de capital-croissance, permettent à l'entreprise d'étendre son volume d'activité et de s'attaquer à de nouveaux marchés. Ekeland, Landier et Tirole (2016).



Source : Tisserand-Barthole, C. (2017)

Figure 7: Typologies des financements durant le cycle de vie de l'entreprise

Le graphique cité en haut nous permet parfaitement de distinguer les différentes phases de croissance d'une startup avec pour chaque phase les différents modes de financement disponibles. Selon Tisserand et Barthole. (2017) une start-up au stade embryonnaire doit se tourner en premier lieu vers les premières sources de financement qui sont les aides publiques, les business Angels, puis le crowdfunding qui est le cœur de notre sujet recherche. Le financement dans la phase R&D vient de la famille, les fans et amis, réseaux et connaissances, une aide financière est apportée par les incubateurs ou encore les accélérateurs d'entreprises.

En ce qui concerne la deuxième phase qui est celle de la création, en plus du crowdfunding et les différents modes de financement cités auparavant on distingue les fonds d'amorçage et les business Angels. Selon Ekeland, Landier et Tirole (2016) la croissance d'une start-up passe par les phases suivantes : incubation, amorçage, démarrage, croissance et sortie.

### **BESOINS FINANCIERS D'UNE STARTUP A LA CREATION**

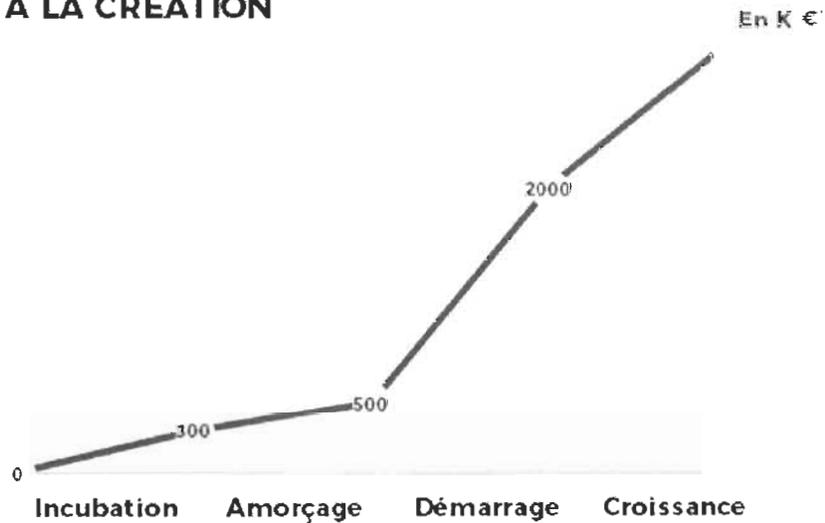


Figure 8 : Besoins financiers d'une Startup

Source : Créaude. (2017)

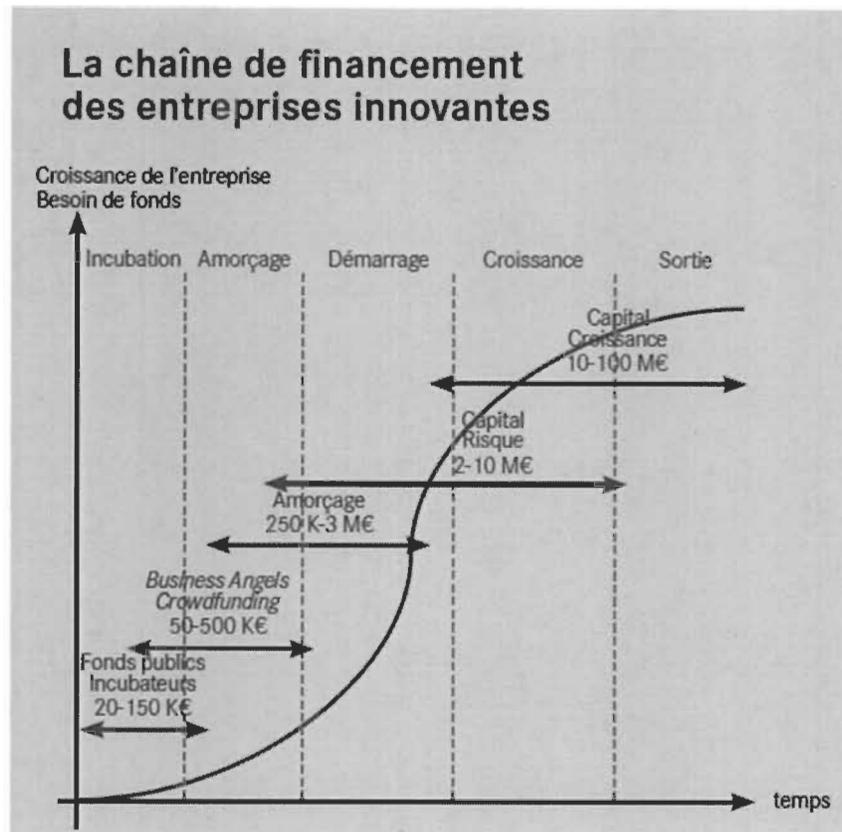


Figure 9 : Chaine de financement des entreprises innovantes

Source : Ekeland, Landier et Tirole (2016)

## 2.4 Hypothèses et cadre conceptuel

### 2.4.1 Hypothèse 1

Les pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement peuvent avoir un impact positif sur le niveau de financement des startups.

Tableau 10 : H1

Modes de financement	Incubation	Amorçage	Premiers succès
Love Money	<u>X</u>		
Fonds publics	<u>X</u>		
Incubateurs	<u>X</u>		
Business Angels		<u>X</u>	
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement.		<u>X</u>	
Capital Risque			<u>X</u>
Capital croissance			<u>X</u>

**Love Money** : Le love money est considéré comme étant un moyen de financer la création d'une entreprise. C'est un financement collecté auprès de la famille, des proches des amis pour aider le porteur de projet à lancer son entreprise et lui permettre de lancer et développer son projet. JDN. (2018).

**Fonds publics** : « Ensemble des sommes d'argent qui appartiennent à l'État et qui sont soumises aux règles de la comptabilité publique ». (Source : GDT, 2001) thesaurus. (2018).

**Incubateur** : Un incubateur est un organisme d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise. Sa mission principale est d'assister les jeunes porteurs d'un projet innovant en vue de leur permettre de créer une société. JDN. (2018).

**Business Angels** : L'activité professionnelle du business Angel est d'investir dans des projets d'entreprises innovantes ou à utiliser son réseau professionnel pour en favoriser le développement. JDN. (2018). Business Angel.

**Capital risque** : Le capital-risque est un investissement, généralement sous forme d'argent, apporté au profit d'une jeune entreprise par des investisseurs. JDN. (2018). Capital Risque.

**Capital croissance** : Les fonds de capital-croissance, permettent à l'entreprise d'étendre son volume d'activité et de s'attaquer à de nouveaux marchés. Ekeland, Landier et Tirole (2016).

#### 2.4.2 Hypothèse 2

**Les communautés de crowdfunding qui influencent la relation entre pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement et le niveau de financement.**

Tableau 11 : H2

Famille, Amis, Proches	Le financement s'obtient par le biais des cercles de contributeurs : famille, amis, connaissances.
Financeurs Institutionnels	Les aides publiques octroyés par l'État.
Investisseurs Privés	Le financement se fait par le biais d'une structure d'accompagnement pour les jeunes entreprises.
Structures d'accompagnement	Le financement se fait par des personnes physiques qui mettent des apports financiers relationnels et savoir-faire à la disposition des startups.

### 2.4.3 Cadre conceptuel

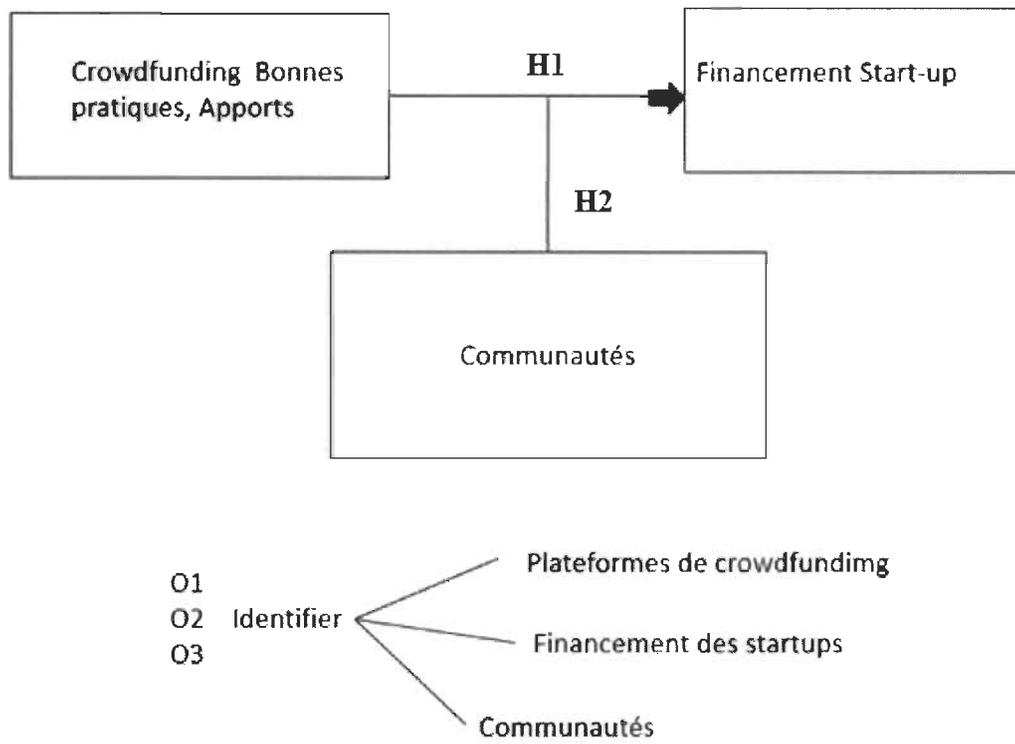


Figure 7 : Cadre conceptuel

#### Hypothèse 1

Les pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement peuvent avoir un impact positif sur le niveau de financement des startups.

#### Hypothèse 2

Les communautés de crowdfunding qui influencent la relation entre pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement et le niveau de financement.

### **3. APPROCHE METHODOLOGIQUE**

Ce chapitre vise à présenter la méthode de recherche utilisée dans le cadre de notre mémoire. Il s'avère nécessaire de préciser que cette étude s'inscrit dans une logique pour étudier l'impact du crowdfunding sur le financement des startups. Pour pouvoir continuer notre travail de recherche, nous avons établi un questionnaire composé de trois parties : Incubation- Amorçage- Premiers succès. Dans cette étude nous avons envoyés un questionnaire a dix répondants. Nous avons mobilisé un ensemble de points importants pour atteindre les objectifs de notre travail.

#### **3.1 Collecte et traitement des données**

Les répondants ont été sollicités par internet, en leur transmettant le questionnaire par courriel. Vous trouverez une copie du questionnaire aux annexes. Le traitement des données a été réalisé dès l'obtention des résultats de l'enquête par les entrepreneurs. Nous avons utilisé par la suite l'outil Excel pour traiter les données recueillies. Toutefois les données obtenues permettent un traitement des variables du travail, mais n'ont pas de valeurs statistiques par leur nombre, les résultats obtenus ouvrent la voie à des études complémentaires plus quantitatives.

#### **3.2 Développement du questionnaire**

Notre questionnaire de recherche a été construit en prenant en considération, les différents aspects de notre travail. En partant de l'objectif de notre sujet de recherche qui est l'étude de l'impact du crowdfunding sur le financement des startups, des différentes notions que l'on a citées dans la revue de littérature. Les hypothèses H1 et H2 émises ont été essentielles à l'élaboration du questionnaire, puisqu'ils vont nous permettre de tester les hypothèses.

Le questionnaire comprend les trois grandes parties : Incubation-Amorçage-Premiers succès. Au niveau de chaque phase respective nous avons posés la question suivante : Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement selon chaque phase. Quel mode de financement et quel type de communautés il fallait choisir.

## **4. RESULTATS ET DISCUSSION**

Dans ce chapitre, nous procédons dans un premier temps à la présentation et à l'analyse des résultats obtenus. Ensuite, nous interprétons ces résultats de valider nos hypothèses dans le but de valider notre objectif de recherche et de proposer des approches de solution. Les résultats des répondants de notre questionnaire devant servir à la vérification de nos hypothèses émises.

### **4.1 Démographie et population ciblée**

En ce qui concerne la population nous avons sélectionnés dix entrepreneurs qui ont bien acceptés de répondre à notre questionnaire de recherche. Ces dix répondants font partie d'un collectif de jeunes entrepreneurs à Montréal. Il s'agit de jeunes entrepreneurs évoluant dans l'environnement des startups. Le nombre réduit des répondants est expliqué par la difficulté de trouver d'avantages de personnes disponibles pour répondre aux différentes questions. Mais également la contrainte du temps pour pouvoir analyser les différents résultats et faire la discussion de ces derniers.



#### 4.1.2 **Présentation des résultats en phase d'incubation**

**Question I:** Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en phase **INCUBATION**.

Quel mode de financement et quel type de communautés privilégiez-vous ?

Tableau 12 : Résultats phase incubation famille, amis, proches

Modes de Financement	Communautés		Famille, Amis, Proches		
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money	8	2			
Fonds Publics				1	9
Incubateurs		1		2	7
Business Angels			1	1	8
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8	1			
Capital risque			1		9
Capital croissance			6		4

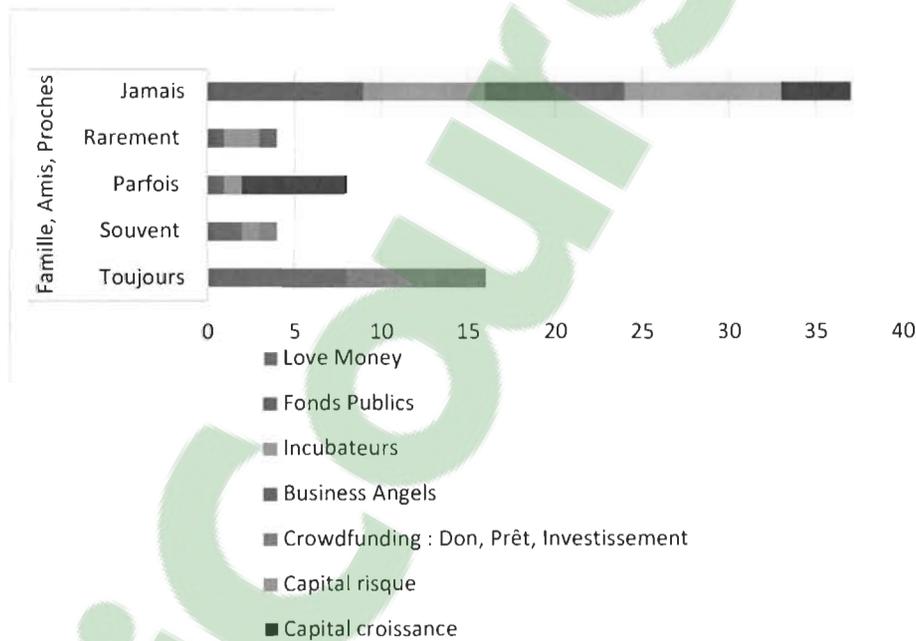


Figure 10 : Résultats phase incubation famille,Amis,proches

Cette figure montre qu'en phase incubation, au niveau de la communauté « Famille, Amis, Proches ». Les plus modes de financement les plus privilégiés par nos répondants sont le crowdfunding et le love money. A l'inverse les modes de financement les moins privilégiés sont les fonds publics incubateurs business Angels.

Tableau 13 : Résultats phase incubation financeurs institutionnels

Communautés	Financeurs Institutionnels				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
<b>Modes de Financement</b>					
Love Money		1		1	8
Fonds Publics		9		1	
Incubateurs				9	1
Business Angels			2	7	1
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement			2		8
Capital risque		1	1		8
Capital croissance		1		1	8

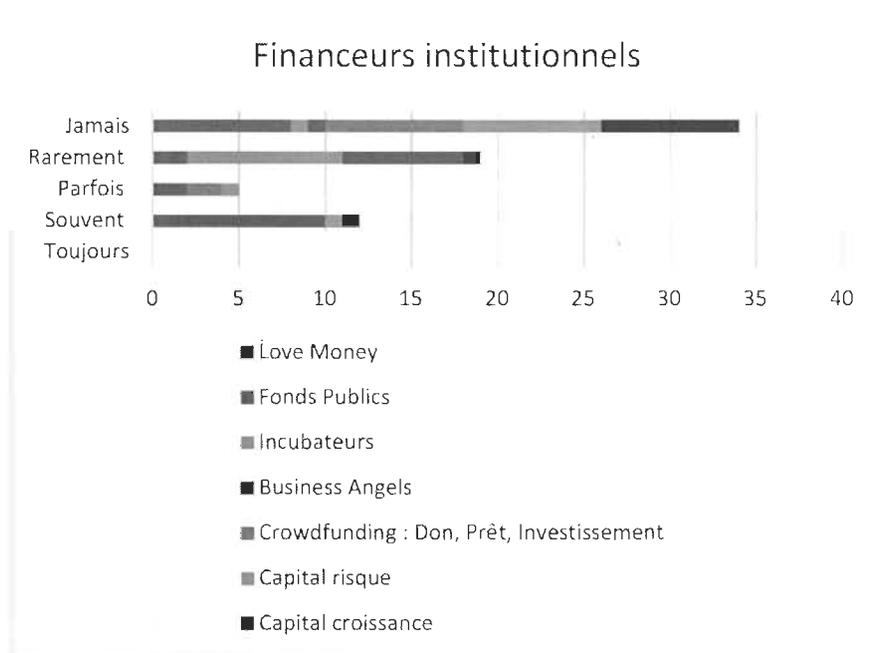


Figure 11 : Résultats phase incubation financeurs institutionnels

Dans le cas des financeurs institutionnels nos répondants privilégient de se diriger vers les fonds publics, en effet neuf répondants sur dix ont choisi ce mode de financement. Les modes de financements les moins privilégiés sont respectivement le love money le crowdfunding et le capital risque ainsi que le capital croissance.

Tableau 14 : Résultats phase incubation investisseurs privés

Modes de Financement	Communautés		Investisseurs Privés				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais		
Love Money				7	3		
Fonds Publics			1		9		
Incubateurs		8	2				
Business Angels	8	1		1			
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8	1					
Capital risque		7	3				
Capital croissance		1	8	1			

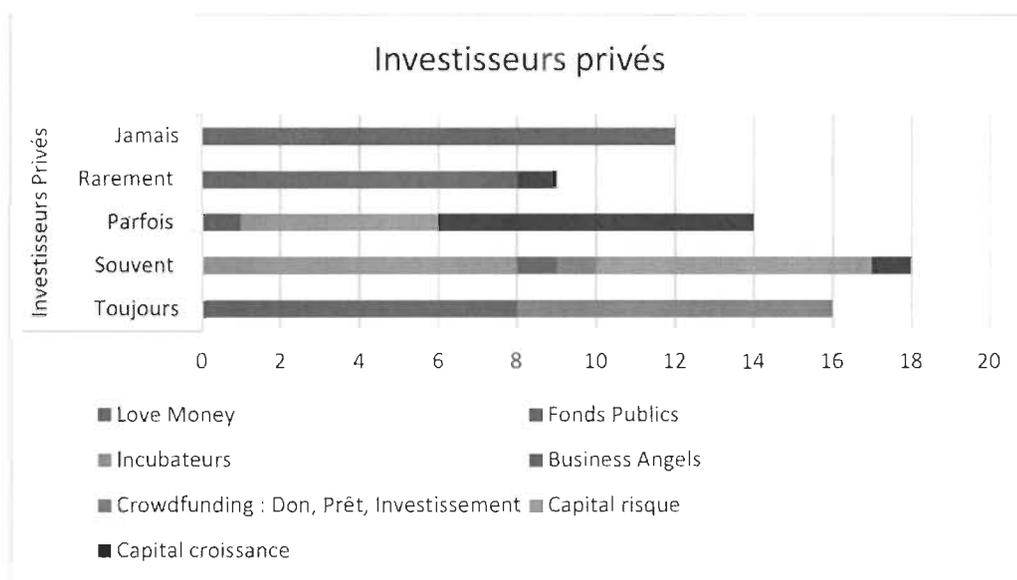


Figure 12 : Résultats phase incubation investisseurs privés

Au niveau des investisseurs privés les deux modes de financements les plus privilégiés par nos répondants sont les business Angels, le crowdfunding, les incubateurs, capital-risque. Avec respectivement huit répondants sur dix qui ont répondu toujours pour les deux premiers modes de financements business Angels et crowdfunding. En ce qui concerne les incubateurs et le capital-risque ils étaient huit et sept à répondre souvent.

Tableau 15 : Résultats phase incubation Structures d'accompagnement

Modes de Financement	Structures d'accompagnement				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money		7	3		
Fonds Publics			1		9
Incubateurs	6	3		1	
Business Angels		8	1		1
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement		7	2		1
Capital risque			1	1	8
Capital croissance				3	7

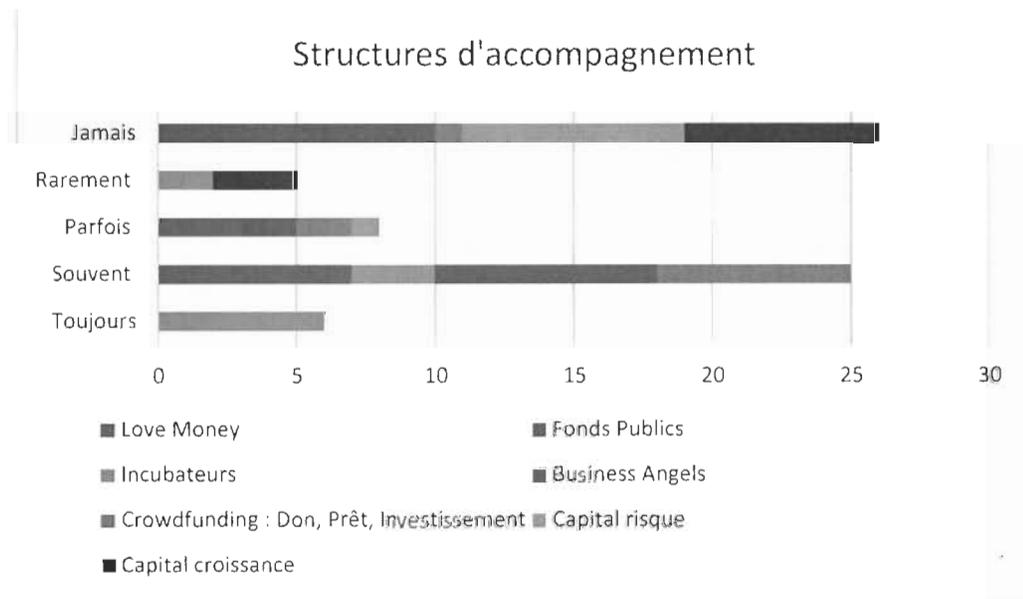


Figure 13 : Résultats phase incubation structures d'accompagnement

Dans le cas de la communauté des structures d'accompagnement nos répondants ont privilégié par ordre décroissant les modes de financements suivants : les incubateurs, le crowdfunding ainsi que le love money. A l'inverse les fonds publics le capital-risque et capital croissance sont les moins choisis à travers les réponses.

#### **4.1.2 Présentation des résultats en phase d'Amorçage**

**Question II :** Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en phase **AMORCAGE**.

Quel mode de financement et quel type de communautés privilégiez-vous?

Tableau 16 : Résultats phase amorçage famille,amis,proches

Modes de Financement	Communautés				
	Famille, Amis, Proches				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money	6	4			
Fonds Publics			1		9
Incubateurs				2	8
Business Angels			8	1	
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8		1	1	
Capital risque				7	3
Capital croissance			6	2	1

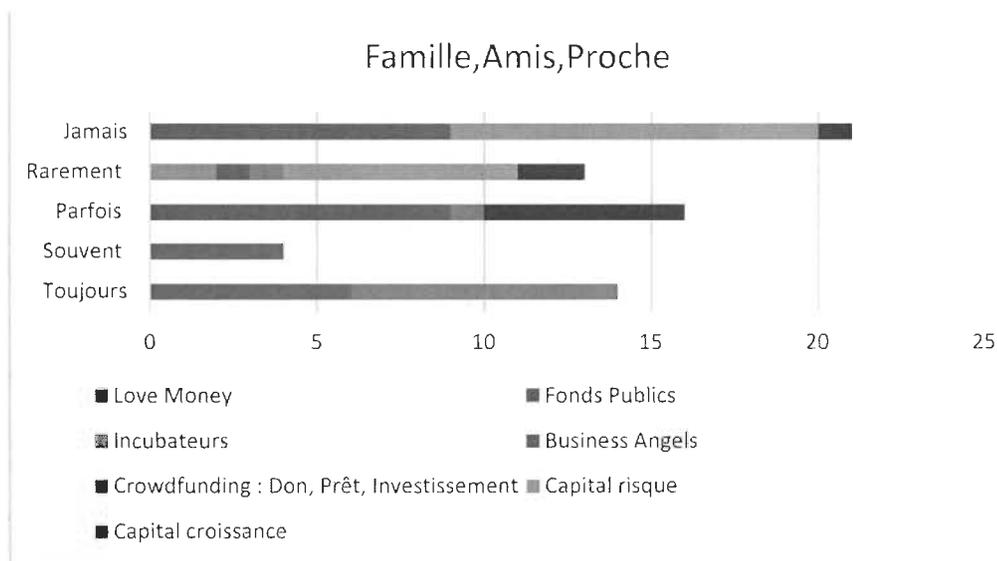


Figure 14 : Résultats phase amorçage famille,amis,proches

Cette figure nous montre que durant la phase Amorçage au niveau de la communauté « Famille, Amis, Proches » les deux modes de financement les plus privilégiés d’après nos répondants sont le love money, suivi par le crowdfunding. Les fonds publics les incubateurs ainsi que le capital-risque et capital développement arrivent en dernier avec neuf répondants sur dix et huit sur dix qui ont répondu jamais pour les fonds publics ainsi que les incubateurs.

Tableau 17 : Résultats phase amorçage financeurs institutionnels

Modes de Financement	Communités				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money			2	3	5
Fonds Publics	6	3	1		
Incubateurs				1	9
Business Angels			1		9
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement		8	2		
Capital risque		1		3	6
Capital croissance		7			1

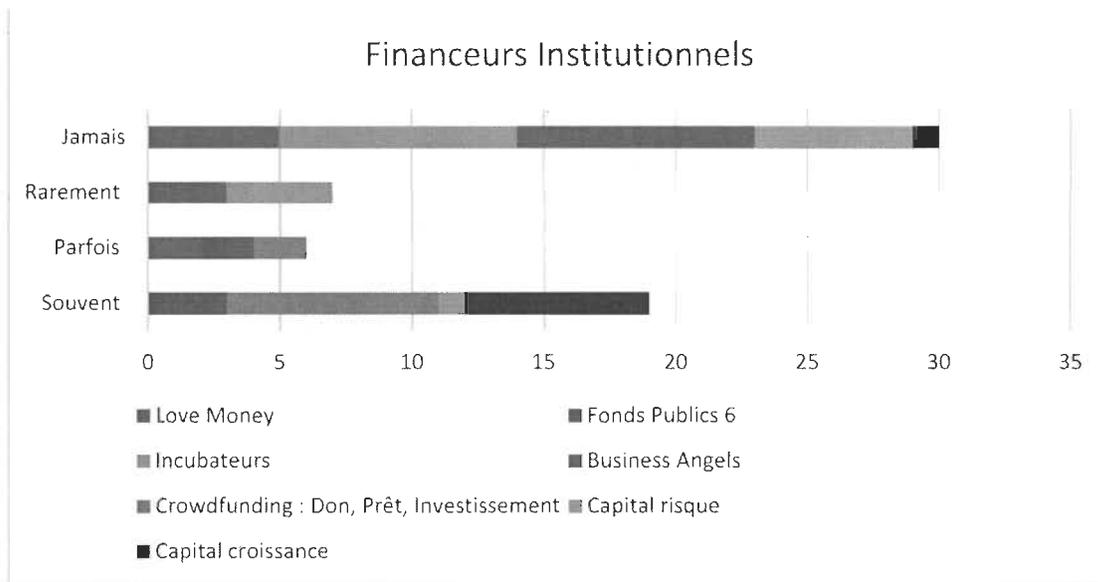


Figure 15 : Résultats phase amorçage financeurs institutionnels

Au niveau des financeurs institutionnels en phase d’amorçage les répondants optent plutôt vers ces modes de financements fonds publics avec six répondants sur dix qui choisissent toujours et 3 répondants qui choisissent souvent, le mode de financement crowdfunding quant à lui passe en deuxième position suivi du capital croissance.

Tableau 18 : Résultats phase amorçage investisseurs privés

Modes de Financement	Communautés	Investisseurs Privés				
		Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money			2	7	1	
Fonds Publics			3			7
Incubateurs			1			9
Business Angels		9	1		1	
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement			1	2	7	
Capital risque			7		2	1
Capital croissance			1		6	1

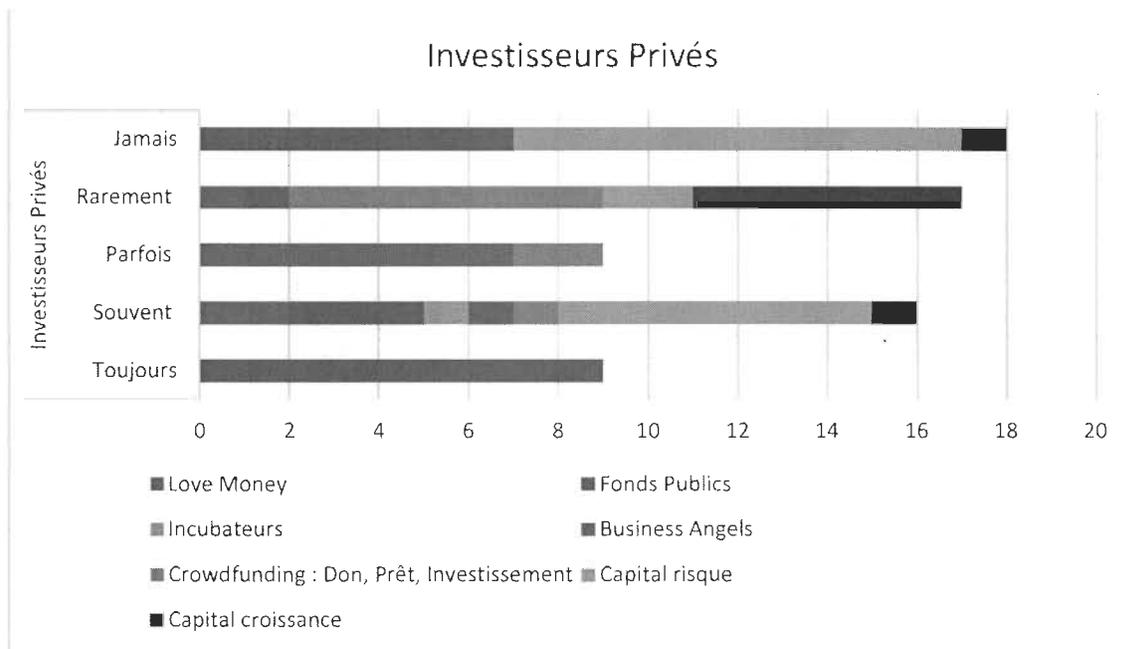


Figure 16 : Résultats phase amorçage investisseurs privés

Au niveau de cette figure on voit clairement les deux modes de financement en tête business Angels et crowdfunding avec 8 répondants qui ont privilégiés ces deux modes de financement vient ensuite les incubateurs ainsi que le capital-risque.

Tableau 19 : Résultats phase amorçage structure d'accompagnement

Communautés	Structures d'accompagnement				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
<b>Modes de Financement</b>					
Love Money	1	1	8		
Fonds Publics	3			1	6
Incubateurs	5	1	1		3
Business Angels	1			7	2
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	1		1	8	
Capital risque	1		3	2	6
Capital croissance	1		6	1	3

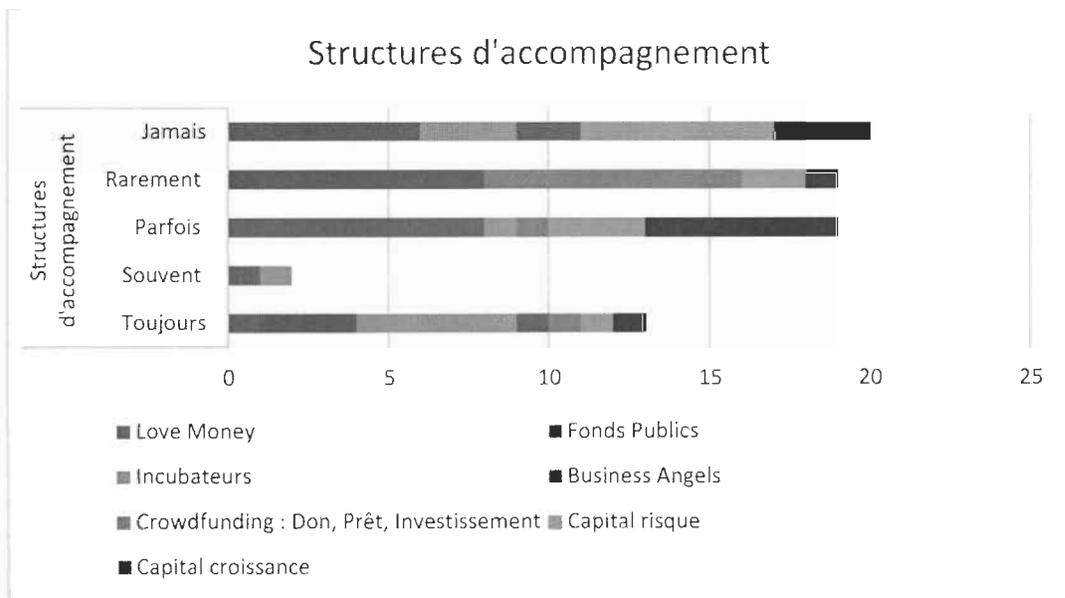


Figure 17 : Résultats phase amorçage structure d'accompagnement

La figure nous montre que dans le cas des structures d'accompagnement en phase amorçage. Les répondants ont choisi les incubateurs en premier lieu suivi des fonds publics. A l'inverse le mode capital risque et capital croissance ont reçus le moins de votes par nos répondants.

#### **4.1.3 Présentation des résultats en phase Premiers Succès**

**Question III** : Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en phase **PREMIERS SUCCES**.

Tableau 20 : Résultats phase premiers succès famille,amis,proches

Modes de Financement	Communautés				
	Famille, Amis, Proches				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money	8	1	1		
Fonds Publics				1	9
Incubateurs				6	2
Business Angels				8	1
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8	1			1
Capital risque				2	8
Capital croissance		7	2		1

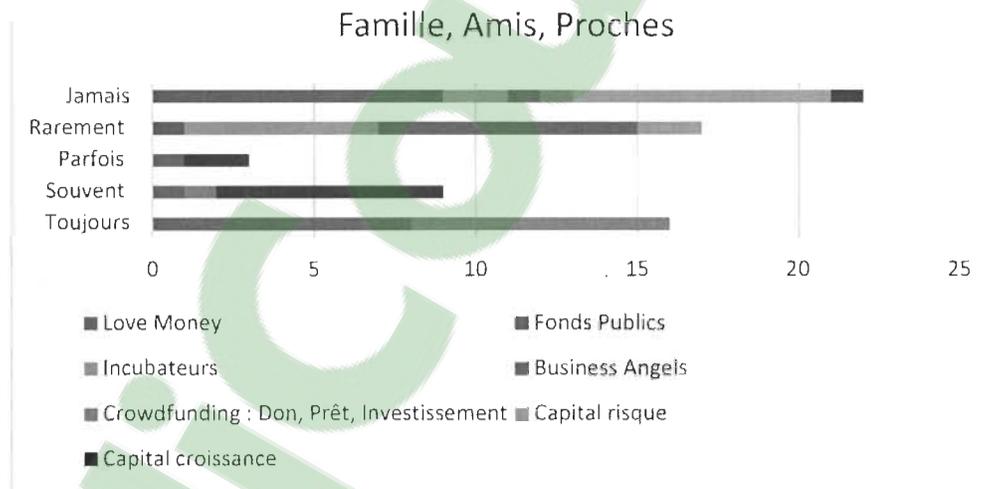


Figure 18 : Résultats phase premier succès famille,amis,proches

Cette figure montre qu'en phase Premiers succès, au niveau de la communauté « Famille, Amis, Proches ». Les modes de financement les plus privilégiés par nos répondants sont le crowdfunding et le love money. A l'inverse les modes de financement les moins privilégiés sont les fonds publics incubateurs business Angels.

Tableau 21 : Résultats phase premier succès financeurs institutionnels

Modes de Financement	Communités				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money		2		3	5
Fonds Publics	1	1	5	1	1
Incubateurs		1		1	7
Business Angels					9
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement				1	9
Capital risque				1	9
Capital croissance			8		2

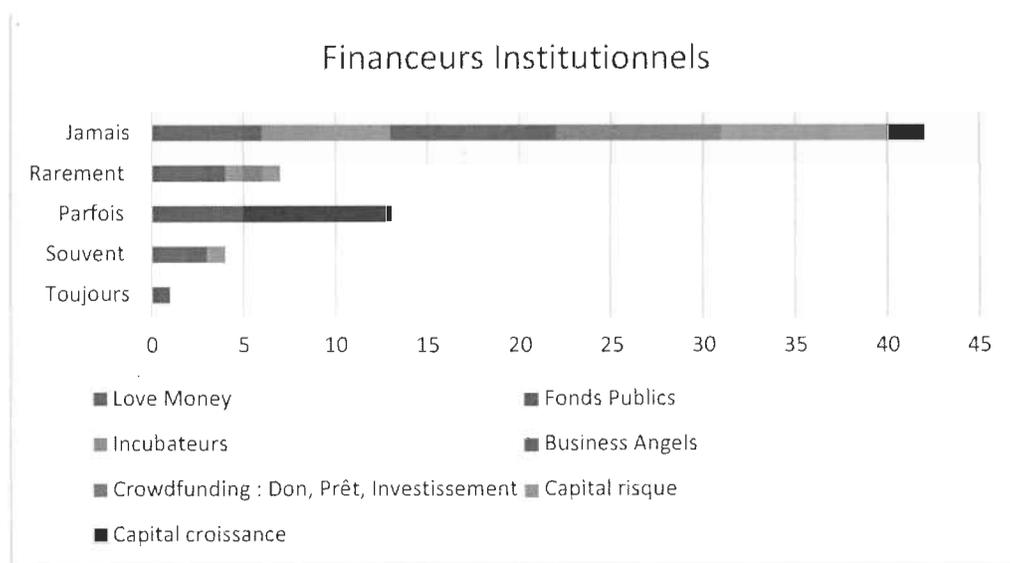


Figure 19 : Résultats phase premier succès financeurs institutionnels

Selon les informations présentées dans cette figure en phase premier succès au niveau des financeurs institutionnels la balance penche plutôt vers le capital croissance ainsi que les fonds publics.

Tableau 22 : Résultats phase premier succès investisseurs privés

Modes de Financement	Communautés	Investisseurs Privés				
		Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money		2		6	1	1
Fonds Publics			1			8
Incubateurs					7	1
Business Angels		1	1		1	7
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement		8	1			1
Capital risque		1	8	1		
Capital croissance		1	2	7		

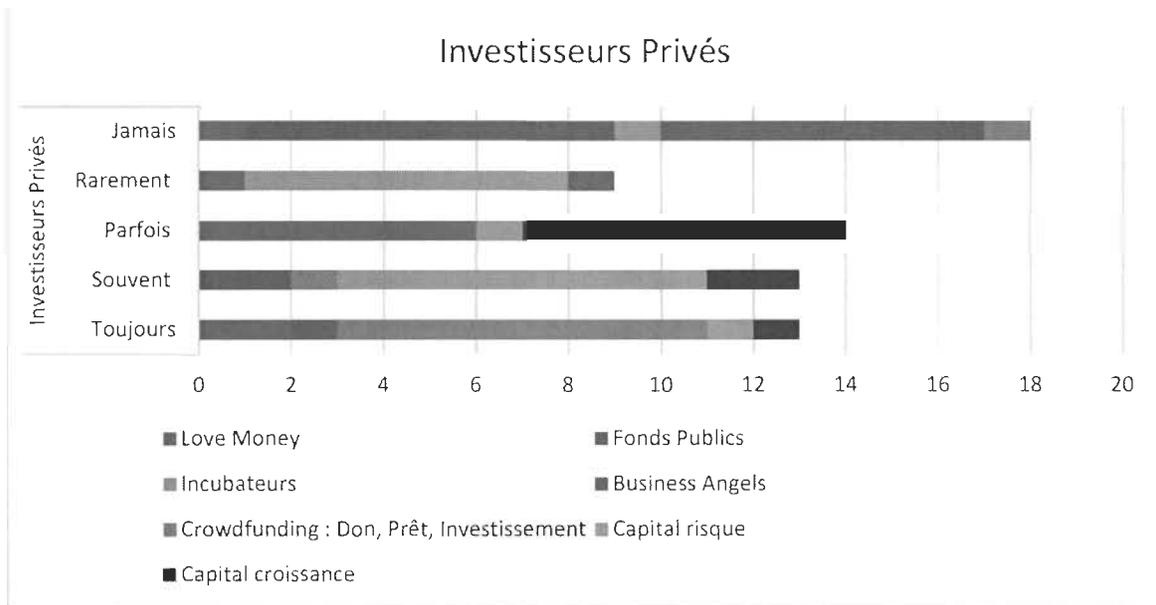


Figure 20 : Résultats phase premiers succès investisseurs privés

Au niveau des investisseurs privés les deux modes de financements les plus privilégiés par nos répondants sont le crowdfunding, love money, puis le capital-risque. Les modes de financement qui sont les moins privilégiés sont les incubateurs capital croissance.

Tableau 23 : Résultats phase premiers succès Structures d'accompagnement

Communautés	Structures d'accompagnement				
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
<b>Modes de Financement</b>					
Love Money		1	5	1	3
Fonds Publics		1			8
Incubateurs	6	1		1	1
Business Angels	2				7
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	1		7		2
Capital risque	1			1	8
Capital croissance	1			1	8

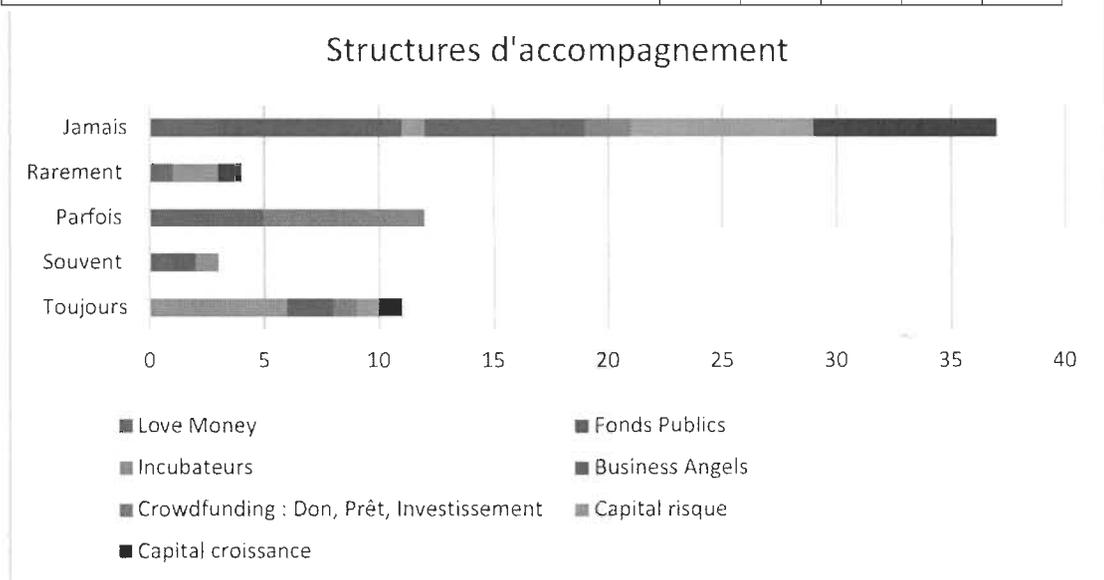


Figure 21 : Résultats phase premiers succès structures d'accompagnement

Dans le cas de la communauté des structures d'accompagnement nos répondants ont privilégié par ordre décroissant les modes de financements suivants : les incubateurs, le crowdfunding ainsi que le love money. A l'inverse les fonds publics le capital-risque et capital croissance sont les moins choisis à travers les réponses.

## 4.2 Discussion des résultats

### En phase d'incubation

Tableau 24 : Synthèses des résultats en phase d'incubation

Communautés	Famille, Amis, Proches					Financeurs Institutionnels					Investisseurs Privés					Structures d'accompagnement									
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money	8	2					1		1	8				7	3		7	3			8	10	3	8	11
Fonds Publics				1	9		9		1				1		9			1		9	0	9	2	2	27
Incubateurs		1		2	7				9	1		8	2			6	3		1		6	12	2	12	8
Business Angels			1	1	8			2	7	1	8	1		1			8	1		1	8	9	4	9	10
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8	1						2		8	8	1					7	2		1	16	9	4	0	9
Capital risque			1		9		1	1		8		7	3					1	1	8	0	8	6	1	25
Capital croissance			6		4		1		1	8		1	8	1					3	7	0	2	14	5	19

En phase d'incubation d'après nos répondants les modes de financements les plus privilégiés selon chaque communauté est : Famille, Amis, Proches : on remarque les deux modes de financement Love Money et Fonds publics. Au sein de la communauté des financeurs institutionnels on distingue le mode de financement fonds public. Pour les investisseurs privés on retrouve les incubateurs Business Angels ainsi que le crowdfunding. En ce qui concerne la communauté structures d'accompagnement on retrouve les Incubateurs, les business Angels ainsi que le crowdfunding. Le love money est plus privilégié au niveau de la communauté « Famille, Amis, Proches » et structures d'accompagnement. Le mode de financement fonds publics est privilégié chez les « Financeurs institutionnels ». Au niveau du mode de financement Incubateurs est privilégié plus par les investisseurs privés et les « structures d'accompagnement ». Le mode de financement Business Angels est privilégié par les investisseurs privés et les « Structures d'accompagnement. Le mode de financement crowdfunding est privilégié par « Famille, Amis, Proches » et Investisseurs privés ainsi que les structures d'accompagnement.

## En phase d'Amorçage

Tableau 25 : Synthèses des résultats en phase d'amorçage

Communautés	Famille, Amis, Proches					Financeurs Institutionnels					Investisseurs Privés					Structures d'accompagnement									
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money	6	4						2	3	5		2	7	1		1	1	8			7	7	17	4	5
Fonds Publics			1		9	6	3	1				3			7	3			1	6	9	6	2	1	22
Incubateurs				2	8				1	9		1			9	5	1	1		3	5	2	1	3	29
Business Angels			8	1				1		9	9	1				1			7	2	10	1	9	8	11
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8		1	1			8	2				1	2	7		1		1	8		9	9	6	16	0
Capital risque				7	3		1		3	6		7		2	1	1		3	2	6	1	8	3	14	16
Capital croissance			6	2	1		7			1		1		6	1	1		6	1	3	1	8	12	9	6

En phase d'amorçage d'après nos répondants les modes de financements les plus privilégiés selon chaque communauté.

Le love money et crowdfunding sont les plus privilégiés au niveau de la communauté « Famille, Amis, Proches » on retrouve toutefois les Business Angels ainsi que le capital croissance. Les modes de financement fonds publics crowdfunding et capital croissance sont privilégiés chez les « Financeurs institutionnels ». Au niveau des investisseurs privés on retrouve le capital risque ainsi que le Business Angels.

## En phase de Premiers Succès

Tableau 26 : Synthèses des résultats en phase premiers succès

Communautés	Famille, Amis, Proches					Financeurs Institutionnels					Investisseurs Privés					Structures d'accompagnement									
	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais	Toujours	Souvent	Parfois	Rarement	Jamais
Love Money	8	1	1				2		3	5	2		6	1	1		1	5	1	3	10	4	12	5	9
Fonds Publics				1	9	1	1	5	1	1		1			8		1			8	1	3	5	2	26
Incubateurs				6	2		1		1	7				7	1	6	1		1	1	6	2	0	15	11
Business Angels				8	1					9	1	1		1	7	2				7	3	1	0	9	24
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	8	1			1				1	9	8	1			1	1		7		2	17	2	7	1	13
Capital risque				2	8				1	9	1	8	1			1			1	8	2	8	1	4	25
Capital croissance		7	2		1				8		2	1	2	7		1			1	8	2	9	17	1	11

En phase de Premiers succès d'après nos répondants les modes de financements les plus privilégiés sont :

Le love money et crowdfunding ainsi que le capital croissance sont les plus privilégiés au niveau de la communauté « Famille, Amis, Proches ». Au niveau des « Financeurs institutionnels ». On retrouve parfois fonds publics et parfois capital croissance. Pour les « investisseurs privés » on retrouve Crowdfunding et capital-risque. En ce qui concerne la communauté « structures d'accompagnement ». Le mode de financement le plus privilégié est celui des Incubateurs.

#### 4.2.1 Vérification de l'hypothèse 1

Tableau 27 : Comparaison hypothèses initiales et finales.

Modes de financement	Incubation	Amorçage	Premiers succès
Love Money	X (X)		X
Fonds publics	(X)	X	
Incubateurs	X (X)		
Business Angels		X (X)	
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement.	X	X (X)	X
Capital Risque			(X)
Capital croissance			X (X)

(X) : Hypothèses initiales

X : Résultats

Le tableau en haut comporte les résultats de notre enquête et le point de vue de nos répondants pour pouvoir valider notre première hypothèse « **Les pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement peuvent avoir un impact positif sur le niveau de financement des startups** ». D'après les résultats de notre enquête en phase incubation on privilégie le mode de financement love money, ainsi que le mode de financement incubateurs. En phase d'Amorçage on privilégie le mode de financement fonds publics les business Angels ainsi que le crowdfunding. En phase premiers succès on se tourne vers le mode de financement love money, crowdfunding ainsi que capital croissance.

En ce qui concerne la première hypothèse **H1** émise dans notre travail, ainsi comme on peut facilement le distinguer dans notre tableau en haut, en phase d'incubation les résultats de notre enquête nous démontrent que c'est le mode de financement Love Money, Incubateurs ainsi que le mode crowdfunding qui ne figurait pas dans notre hypothèse initiale. En revanche le mode de financement fonds publics ne figure pas dans nos résultats d'enquête. Durant cette phase on remarque qu'il y'a eu deux réajustements entre notre hypothèse initiale et nos résultats d'enquête.

Au niveau de la deuxième phase qui est celle de l'amorçage la seule différence qui existe entre les résultats et nos hypothèses initiales est le mode de financement fonds publics. Nous retenons donc comme dans l'hypothèse initiale les deux modes de financement Crowdfunding et Business Angels. Durant cette phase on remarque qu'il y'a eu un seul réajustement entre notre hypothèse initiale et nos résultats d'enquête.

Au niveau de la troisième et dernière phase Premiers succès les résultats de notre enquête nous démontrent que durant cette phase on privilégie le Love money ainsi que le Crowdfunding comme modes de financement ces derniers ne figuraient pas dans notre hypothèse initiale. Le mode de financement capital Risque cependant ne faisait pas partie de notre hypothèse initiale, le mode de financement capital Croissance est bien présent d'après L'hypothèse initiale ainsi que notre enquête. Durant cette phase on remarque qu'il y'a eu deux réajustements entre notre hypothèse initiale et nos résultats d'enquête.

#### 4.2.2 Vérification de l'hypothèse 2

**H2 : « les communautés de crowdfunding qui influencent la relation entre pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement et le niveau de financement. »**

Tableau 28 : Communautés et phases

<b>Incubation</b>	<b>Amorçage</b>	<b>Premiers succès</b>
Famille, Amis, Proches	Financeurs institutionnels	Investisseurs Privé
Financeurs institutionnels	Famille, Amis, Proches	Famille, Amis, Proches
Structures d'accompagnement		Financeurs institutionnels

D'après les résultats de notre enquête nous remarquons que les communautés qui sont présentes au niveau des trois phases citées dans notre travail : incubation-amorçage-premiers succès. En phase d'incubation on retrouve les trois communautés suivantes : Famille, Amis, Proches. Financeurs institutionnels. Structures d'accompagnement. En phase d'Amorçage nous retrouvons les communautés suivantes : Financeurs institutionnels ainsi que Famille, Amis, Proches. En phase de premiers succès les communautés: Investisseurs Privés, Famille, Amis, Proches. Financeurs institutionnels. Les résultats acquis grâce à nos répondants, nous ont permis de détecter les communautés les plus privilégiés selon chaque phase respective.

## 5.CONCLUSION

Cette étude visait à mieux comprendre et à définir les différentes pratiques de crowdfunding, les risques et rentabilités de ces derniers. Il fallait identifier l'ensemble des éléments liés aux communautés, en commençant par les cercles de contributeurs qui selon Onnée, S., & Renault, S. (2014) sont regroupées en trois grandes familles de communautés, Créateur, famille, fans. Les amis d'amis et le réseau de connaissances puis les inconnus. Cela nous a permis de constater l'importance de ces cercles de communautés pour mieux les cerner et les mettre dans un contexte lié aux startups. Par la suite nous avons pu identifier les éléments de financement des startups, les différents modes qu'utilisent ces derniers pour recevoir du financement.

A travers ces modes ou pratiques de financement que nous avons développés au niveau de notre revue de littérature. Pour Ekeland, Landier et Tirole (2016) il existe un ensemble de phases de croissance par lesquelles une startup passait : Incubation, amorçage, démarrage. Dans le cadre de notre travail d'enquête au niveau de chaque phase respective, nous avons pu obtenir l'avis de nos répondants au sondage sur la faisabilité de maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en leur proposant de répondre à une question claire et spécifique, quel mode de financement et quels types de communautés il fallait choisir selon chaque niveau de financement.

Les résultats obtenus lors de notre enquête se sont révélés très intéressants, et nous ont permis de continuer notre travail de recherche, afin de pouvoir répondre à notre hypothèse H1. Toutefois les réponses reçues ont représenté une variation entre H1 et les résultats de l'utilisation de certains modes de financement durant les différentes phases de croissance de la startup.

En phase **d'Incubation**

Tableau 29 : Synthèse des résultats

Hypothèses Initiales	Résultats
Love money	Incubateurs
Incubateurs	Love money
	Crowdfunding

En phase **d'Amorçage**

Hypothèses Initiales	Résultats
Business Angel	Fonds publics
Crowdfunding	Business Angels
	Crowdfunding

En phase de **Premiers succès**

Hypothèses Initiales	Résultats
Capital Risque	Love Money
Capital croissance	Crowdfunding
	Capital croissance

Pour confirmer notre hypothèse H2, nous avons pu réaliser une analyse en distinguant les différentes communautés de crowdfunding influençant la relation entre pratiques de crowdfunding adaptés aux besoins de financement et le niveau de financement. Les résultats obtenus lors de notre enquête nous ont permis de démontrer qu'il y'avait effectivement un certain nombre de communautés s'adaptant aux besoins de financement que l'on retrouvait durant les différentes phases de financement Incubation, amorçage, premiers succès. De ce fait nous confirmons notre hypothèse H2. En répondant aux différentes questions de recherche élaborées tout au long de notre travail, nous avons pu traiter point par point, les différents champs de notre cadre conceptuel. Les principaux résultats retrouvés peuvent être résumés ainsi :

Tableau 30 : Synthèse des résultats communautés privilégiées selon chaque phase

Incubation	Amorçage	Premiers succès
<b>Communautés privilégiées selon chaque phase</b>		
Famille, Amis, Proches	Financeurs institutionnels	Investisseurs Privé
Financeurs institutionnels	Famille, Amis, Proches	Famille, Amis, Proches
Structures d'accompagnement		Financeurs institutionnels
<b>Modes de financement selon chaque phase</b>		
Incubateurs	Fonds publics	Love Money
Love Money	Business Angel	Crowdfunding
Crowdfunding	Crowdfunding	Capital Croissance

Toutefois des recherches plus approfondies pourraient être menées pour pouvoir expliquer l'écart qui existe au niveau de H1. L'échantillon analysé à travers cette étude n'est probablement pas assez représentatif pour refléter la réalité des startups qui réalisent une levée de fonds. Une étude plus approfondie permettra ainsi de comprendre d'avantages l'influence des communautés, les pratiques de crowdfunding et le financement des startups.

## BIBLIOGRAPHIE

- Actufinance. (2016). L'uberisation de l'économie : qu'est-ce que c'est ? Repéré le 11 mars, 2018, à <https://actufinance.fr/actu/uberisation-6966166.html>
- Ali, K. A. K. (2014). Le crowdfunding : un bon plan pour les start-ups en technologie Repéré le 3 avril, 2018, à <http://www.clubic.com/pro/crowdfunding/actualite-724837-crowdfunding-bon-plan-start-up-technologie.html>
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Martinez Peria, M. (2008). Bank financing for SMEs around the world: Drivers, obstacles, business models, and lending practices.
- Bessière, V., & Stéphany, É. (2017). *Le crowdfunding: fondements et pratiques*. Louvain-la-Neuve: De Boeck.
- Boyer, K., Chevalier, A., Léger, J.-Y., & Sannajust, A. (2016). *Le crowdfunding*. Paris: La Découverte
- Business angel. (S. d.). Dans Wikipédia, l'encyclopédie libre. Repéré le 13 février 2018 à [https://fr.wikipedia.org/wiki/Business\\_angel](https://fr.wikipedia.org/wiki/Business_angel)
- Cox, J., et Nguyen, T. (2017). Does the crowd mean business? An analysis of rewards-based crowdfunding as a source of finance for start-ups and small businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(1), 147-162. doi: 10.1108/JSBED-05-2017-0165
- Cox, J., Nguyen, T., Thorpe, A., Ishizaka, A., Chakhar, S., et Meech, L. (2018). Being seen to care: The relationship between self-presentation and contributions to online pro-social crowdfunding campaigns. *Computers in Human Behavior*, 83, 45-55.
- Créaude. (2017). Le financement de la startup. Page consultée à <http://www.creaude.com/financement-de-la-startup/>
- Crowdfunding, v. (2016). Les communautés des plateformes de crowdfunding au centre des débats. Page consultée à <https://vertical-crowdfunding.com/2016/10/14/les-communautés-des-plateformes-de-crowdfunding-au-centre-des-débats/>

- Curran, J. (2000). Journal of small business and enterprise development. *International Small Business Journal*, 18(3), 78.
- Dresner, S. (2014). *Crowdfunding: A guide to raising capital on the Internet*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Ekeland, M., Landier, A., & Tirole, J. (2016). Renforcer le capital-risque français. *Notes du conseil d'analyse économique* (6), 1-12.
- Ennico, C. (2016). *The Crowdfunding Handbook: Raise Money for Your Small Business or Start-up with Equity Funding Portals*. New York, USA: AMACOM
- Fundraise Advisor. (2017). #Startup: Vers quelle plateforme de crowdfunding se tourner? Page consultée à <http://1001startups.fr/startup-plateforme-crowdfunding-choix/>
- JDN.(2018).Incubateur : définition. Repéré le 13 avril, 2018, à <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1199309-incubateur-definition-traduction/>
- JDN.(2018).Business Angel: définition. Repéré le 13 avril, 2018, à <https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1200327-business-angel/>
- JDN.(2018).Fonds d'investissement: définition. Repéré le 13 avril, 2018 <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-economique-et-financier/1198929-fonds-d-investissement-definition/>
- Kickstarter. (S. d.). Dans Wikipédia, l'encyclopédie libre. Repéré le 9 février 2018 à://[fr.wikipedia.org/wiki/Kickstarter](http://fr.wikipedia.org/wiki/Kickstarter)
- Kortum, S. and J. Lerner (2000). *Assessing the Contribution of Venture Capital to Innovation*.
- Onnée, S., & Renault, S. (2013). Le financement participatif: atouts, risques et conditions de succès. *Gestion*, 38(3), 54-65.
- Onnée, S., & Renault, S. (2014). Le crowdfunding: quels enjeux pour la construction d'un réseau communautaire? *Sciences de la société*, (91), 116-133.
- Schwiebacher, A., & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*.

Thesaurus. (2018). Fonds publics. Page consultée à  
<http://www.thesaurus.gouv.qc.ca/tag/terme.do?id=14454>

Tisserand-Barthole, C. (2017). La veille sur les start-ups, incontournable dans une  
démarche d'innovation. *Netsources*, (127).

Touitou, F. (2015). Parlez-vous du crowdfunding? Repéré le 15 mai 2018 à  
<http://crowdfundinggalaxy.com/lexique-crowdfunding/>

Ulule. (S. d.). Dans Wikipédia, l'encyclopédie libre. Repéré le 9 février 2018 à  
<https://fr.wikipedia.org/wiki/Ulule>

**Annexe I: Questionnaire**

Dans le cadre de mon travail de mémoire qui traite l'impact de crowdfunding sur le financement des startups. Au niveau de ce chapitre nous allons définir l'ensemble des éléments que nous avons mobilisés pour établir le questionnaire de recherche.

➤ **Phases**

**Phase incubation** : Selon Ekeland, Landier et Tirole (2016) la phase d'incubation est le premier stade de développement d'une entreprise pendant que son modèle d'affaire n'est pas encore établi.

**Phase d'amorçage** : Selon Créaude. (2017) L'amorçage est une phase dans laquelle la société n'est pas encore rentable, c'est une période de dépenses et d'investissements.

**Phase premiers succès** : Appelé également phase de démarrage un des points clés d'accès à cette phase selon l'auteur est l'atteinte d'une maturité commerciale suffisante. Créaude. (2017)

➤ **Modes de financement**

**Love Money** : Le love money est considéré comme étant un moyen de financer la création d'une entreprise. C'est un financement collecté auprès de la famille, des proches des amis pour aider le porteur de projet à lancer son entreprise et lui permettre de lancer et développer son projet. JDN. (2018).

**Fonds publics** : « Ensemble des sommes d'argent qui appartiennent à l'État et qui sont soumises aux règles de la comptabilité publique ». (Source : GDT, 2001) thesaurus. (2018).

**Incubateur** : Un incubateur est un organisme d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise. Sa mission principale est d'assister les jeunes porteurs d'un projet innovant en vue de leur permettre de créer une société. JDN. (2018).

**Business Angels :** L'activité professionnelle du business angel est d'investir dans des projets d'entreprises innovantes ou à utiliser son réseau professionnel pour en favoriser le développement. JDN. (2018). Business Angel.

**Capital risque :** Le capital-risque est un investissement, généralement sous forme d'argent, apporté au profit d'une jeune entreprise par des investisseurs. JDN. (2018). Capital Risque.

**Capital croissance :** Les fonds de capital-croissance, permettent à l'entreprise d'étendre son volume d'activité et de s'attaquer à de nouveaux marchés. Ekeland, Landier et Tirole (2016).

➤ **Communautés**

**Investisseurs institutionnels :** Le terme d'investisseurs institutionnels désigne les banques, compagnies d'assurance, caisses de retraite, fonds communs de placement ou leur rôle est cependant majeur car ce sont des acteurs qui dans une large mesure définissent la valeur boursière des entreprises. Les Échos. (2017)

**Investisseurs Privés :** Un investisseur définit une personne, physique ou morale, qui investit des capitaux dans ce cas venant du privé.

**Structures d'accompagnement :** une structure d'accompagnement est une organisation qui propose un accompagnement entrepreneurial et managérial, des services et éventuellement un hébergement. Management & Avenir, 2006

**Question I :** Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en phase INCUBATION. Quel mode de financement et quel type de communautés privilégiez-vous?

Instructions pour remplir le questionnaire : Veuillez utiliser l'échelle de Likert de 1 à 5, étant « Toujours » à « jamais » Pour répondre veuillez cocher au niveau du tableau ci-dessous la case correspondant au degré d'influence de chaque mode de financement et la communauté que vous privilégiez.

Communautés Modes de Financement	Famille Amis Proches	Financeurs institutionnels	Investisseurs Privés	Structures d'accompagnement
Love Money	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Fonds publics	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Incubateurs	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input checked="" type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Business Angels	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Capital Risque	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input checked="" type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Capital croissance	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais

**Question II :** Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en phase AMORCAGE. Quel mode de financement et quel type de communautés privilégiez-vous?

Instruction pour remplir le questionnaire : Veuillez utiliser l'échelle de Likert de 1 à 5, étant « Toujours » a « jamais » Pour répondre veuillez cocher au niveau du tableau ci-dessous la case correspondant au degré d'influence de chaque mode de financement et la communauté que vous privilégiez.

Université du Québec à Trois Rivières

<i>Communautés Modes de Financement</i>	Famille Amis Proches	Financeurs institutionnels	Investisseurs Privés	Structures d'accompagnement
Love Money	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Fonds publics	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Incubateurs	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Business Angels	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Capital Risque	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Capital croissance	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais

**Question III :** Pour maximiser les chances de succès d'une démarche de financement en phase PREMIER SUCCES. Quel mode de financement et quel type de communautés privilégiez-vous?

Instruction pour remplir le questionnaire : Veuillez utiliser l'échelle de Likert de 1 à 5, étant « Toujours » a « jamais » Pour répondre veuillez cocher au niveau du tableau ci-dessous la case correspondant au degré d'influence de chaque mode de financement ainsi la communauté que vous privilégiez.

## Université du Québec à Trois Rivières

<i>Communautés Modes de Financement</i>	Famille Amis Proches	Financeurs institutionnels	Investisseurs Privés	Structures d'accompagnement
Love Money	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Fonds publics	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Incubateurs	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Business Angels	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Crowdfunding : Don, Prêt, Investissement	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Capital Risque	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais
Capital croissance	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais	<input type="checkbox"/> Toujours <input type="checkbox"/> Souvent <input type="checkbox"/> Parfois <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/> Jamais



