



COMMUNIQUE DE PRESSE

NOTORIETE DU CROWDFUNDING ET PROFIL DES CONTRIBUTEURS

Le 15 mai 2018, Financement Participatif France, le Crédit Municipal de Paris et La Banque Postale dévoilent les résultats d'une enquête menée auprès des Français sur la notoriété et l'image du financement participatif, les freins et les motivations des Français et le profil des contributeurs.

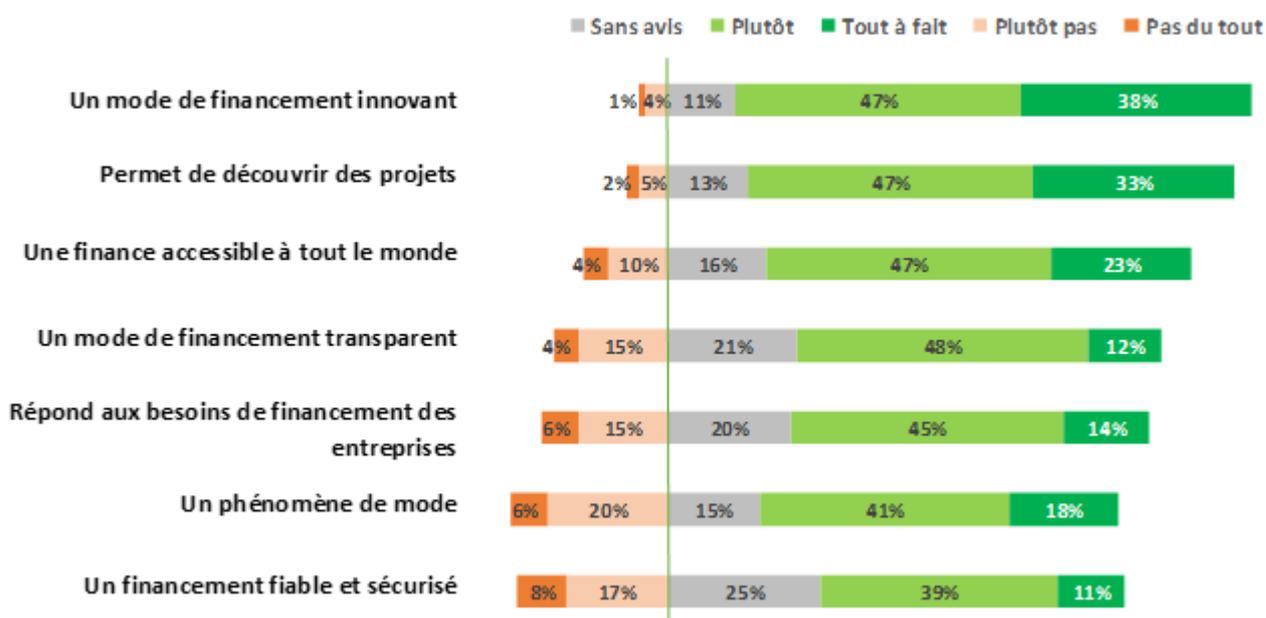
Menée auprès d'un échantillon de 3 000 personnes représentatives de la population française par l'agence GMV Conseil, cette enquête révèle des comportements et perspectives intéressantes pour le jeune secteur du financement participatif.

Notoriété : 70 % des Français ont déjà entendu parler de « financement participatif »

Les premières plateformes de crowdfunding ont émergé il y a à peine 10 ans et, malgré tout, 70 % de la population a déjà entendu parler du terme « financement participatif », 36 % du terme « crowdfunding ». Sur ce dernier, les moins de 34 ans sont significativement plus connaisseurs que les plus de 50 ans (46 % contre 29 %) et, s'il n'y a pas de disparité majeure selon le type d'agglomération, la région Ile-de-France concentre le plus de connaisseurs (49 % contre 36 % au niveau national). Par ailleurs, la connaissance des actions possibles sur les plateformes de financement est assez complète, qu'il s'agisse de faire un don à une association ou un particulier, de prêter à une entreprise, de précommander un produit pour financer sa fabrication, de devenir actionnaire d'une entreprise non cotée, etc.

Le crowdfunding, un financement INNOVANT, ACCESSIBLE, TRANSPARENT et UTILE

Le financement participatif bénéficie d'une image très positive auprès du grand public.



Les Français veulent choisir où va leur argent

Par ailleurs, l'emprise sur le réel et son environnement proche constitue une motivation forte pour les Français.



6,4/10 Je peux m'impliquer localement dans un projet de mon territoire

6,3/10 Je veux aider au développement d'un projet (entreprise...)

Je peux choisir des causes qui me tiennent à cœur

6,2/10 Je sais à quoi sert mon argent

5,6/10 Je finance l'économie réelle

5,5/10 Je peux diversifier mes placements

Je peux bénéficier d'un produit en avant-première

Ces motivations sont freinées par des contraintes personnelles, telles que le manque d'épargne (6,3/10) ainsi que l'aversion à la perte (6,6/10). L'insuffisance d'incitations fiscales est également citée parmi les freins au financement participatif (6,2/10).

Pour **Stéphanie Savel, présidente de Financement Participatif France**, ces résultats sont très encourageants. « On constate que le secteur commence à s'imposer dans l'esprit du grand public qui en a une vision extrêmement positive. Celle-ci est tout à fait alignée avec les piliers qui fondent la légitimité des plateformes : accessibilité, transparence, traçabilité. Les freins évoqués sont aussi riches d'enseignement : l'aversion à la perte, plus concrète que l'aversion au risque et largement étudiée par la finance comportementale, nous donne des pistes réelles pour travailler avec les pouvoirs publics. D'ailleurs, le gouvernement entend encourager le développement du secteur. En ce sens, c'est un signal très positif pour l'ensemble du secteur ».

1 Français sur 7 a déjà financé un projet sur une plateforme de financement participatif

16 % des Français ont déjà contribué à un projet sur une plateforme de crowdfunding, dont 79 % au cours des 12 derniers mois. Pour une très large majorité (82 %), il s'agissait d'un financement en don. L'enquête révèle que parmi les motivations, l'ancrage local représente une raison importante dans la décision puisqu'il concerne 49 % des donateurs, 43 % des prêteurs, et 44 % des investisseurs.

« Le financement participatif répond aux nouveaux usages de produits et services bancaires et aux aspirations sociétales actuelles de transparence et de solidarité. Il offre aux contributeurs la possibilité de soutenir des projets créatifs et innovants au plus près de leur territoire. C'est cet esprit citoyen qui a fait le succès du crowdfunding et du développement de KissKissBankBank, citée dans cette enquête, pionnière dans ce domaine et désormais filiale de La Banque Postale, depuis juin 2017 », précise **Mouna Aoun, Directrice des politiques clientèles Mass Market et spécifiques à La Banque Postale**.

Parmi les autres motivations de ceux ayant contribué à un projet, le choix de l'affectation de son argent revient beaucoup, que ce soit pour un financement en don (10 %), en prêt (17 %) ou en investissement (23 %) ; de même que l'appui à une connaissance (44 % pour le don, 21 % pour le prêt et 25 % pour l'investissement). En revanche, le retour financier ou les incitations fiscales ne font pas partie des motivations premières des contributeurs.

Plus d'un tiers des Français pensent participer au financement d'un projet

Les perspectives pour le secteur de la finance participative sont encourageantes :

- 38 % des Français pensent participer au financement d'un projet dans les 12 prochains mois, dont une large majorité pour des projets solidaires, culturels, scientifiques ou environnementaux ;
- 43 % des Français songeraient à recourir à une plateforme de financement participatif s'ils avaient un projet à financer.

Il y a une réelle appétence des Français pour ce mode de financement puisqu'ils sont 78 % à estimer que cet outil mériterait de se développer davantage.

« Nous avons été agréablement surpris de voir que, parmi les Français les plus favorables au financement participatif, les jeunes et les catégories sociales plus modestes sont bien représentés. Cela démontre la puissance du financement participatif, un modèle innovant et réellement accessible pour donner du sens à son argent, même sur des petits montants. Ce mode de financement résonne avec notre histoire et nos valeurs, le Crédit Municipal ayant implanté le prêt sur gage à Paris il y a quatre siècles, une innovation sociale qui perdure jusqu'à aujourd'hui. Nous souhaitons le même destin au financement participatif... et cette étude semble montrer qu'il a de beaux jours devant lui ! » explique **Frédéric Mauget, Directeur Général du Crédit Municipal de Paris.**

A propos de Financement Participatif France (FPF)

FPF est l'association professionnelle des acteurs du crowdfunding en France avec 150 membres dont 70 plateformes de crowdfunding. Créée en août 2012, elle a pour objectif la représentation collective, la promotion et la défense des droits et intérêts des acteurs de la finance participative pour faire progresser le financement de projets par les citoyens.

Plus d'infos sur www.financeparticipative.org

Contact : Florence de Maupeou, florence.demaupeou@financeparticipative.org / 01 84 25 10 05

A propos du Crédit Municipal de Paris

Établissement public administratif de crédit et d'aide sociale de la Ville de Paris, le Crédit Municipal propose une gamme de services solidaires, simples et flexibles, adaptés aux besoins de chacun. Créé en 1637 par le philanthrope Théophraste Renaudot, sa vocation première fut de lutter contre l'usure en offrant un service de prêt sur gage. À travers les siècles, le Crédit Municipal de Paris a conservé cette activité première tout en développant une large palette de nouveaux services autour de l'objet et dans le domaine de la finance solidaire. Il est aujourd'hui un acteur incontournable de la finance sociale et solidaire au service des Parisiens et des Franciliens.

Contact : Agnès Colas des Francs, acolasdesfrancs@creditmunicipal.fr / 01 44 61 65 24

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale, filiale du Groupe La Poste est présente sur les marchés de la banque de détail, de l'assurance et de la gestion d'actifs. Banque et citoyenne, elle accompagne ses clients dans une relation bancaire durable avec une gamme complète de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Banque de proximité et de service public, La Banque Postale répond aux besoins de tous : particuliers, entreprises, professionnels, associations et secteur public local. Elle est au service de ses clients à travers le réseau des bureaux de poste, sur Internet et par téléphone dans une relation totalement multicanal.

Contact : Victor Labrusse, victor.labrusse@laposte.fr / 01 55 44 22 42