



Note sur le financement participatif ou « crowdfunding »

Préambule :

Dans le cadre de son devoir de vigilance, la Fédération Française de la Franchise, a rédigé ci-après une présentation synthétique des spécificités de la Franchise auxquelles il faut être attentif en cas de recours au financement participatif. Les services proposés par chaque plateforme sont différents et toute personne intéressée est invitée à étudier avec attention les conditions d'interventions de ces plateformes.

La Fédération Française de la Franchise attire l'attention sur le fait que le financement participatif constitue un domaine d'intervention relativement récent pour lequel les retours d'expérience sur une durée longue ne sont pas disponibles. Le recours à ce type de ressource pour financer un projet pourrait en conséquence être porteur de risques qu'il convient d'appréhender avec soin.

1 - DEFINITION DE LA FRANCHISE

« La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes (1), le franchiseur et ses franchisés, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept (2) du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de services, le savoir-faire (3), et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet ».

(cf Code de déontologie européen de la franchise)

Le **savoir-faire** est un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par celui-ci. Il est secret, substantiel et identifié.

- **Secret**, le fait que le savoir-faire, dans son ensemble ou dans la configuration et l'assemblage précis de ses composants, ne soit pas généralement connu ou facilement accessible : cela n'est pas limité au sens étroit que chaque composant individuel du savoir-faire doive être totalement inconnu ou impossible à obtenir hors des relations avec le franchiseur.
- **Substantiel**, le fait que le savoir-faire doive inclure une information indispensable pour la vente de produits ou la prestation de services aux utilisateurs finaux et notamment pour la présentation des produits pour la vente, la transformation des produits en liaison avec la prestation de services, les relations avec la clientèle, et la gestion administrative et financière ; le savoir-faire doit être utile pour le franchisé en étant susceptible, à la date de conclusion de l'accord, d'améliorer la position concurrentielle du franchisé, en particulier en améliorant ses résultats ou en l'aidant à entrer sur un nouveau marché.

- **Identifié**, le fait que le savoir-faire doit être décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité ; la description du savoir-faire peut être faite dans l'accord de franchise, dans un document séparé ou sous toute autre forme appropriée.

2 - LES PRINCIPES DIRECTEURS

2-1 Le franchiseur est l'initiateur du réseau de franchise constitué du franchiseur et des franchisés. Il a vocation à assurer la **pérennité du réseau** et par conséquent il est responsable de la **stratégie à long terme**.

Il appartient donc au franchiseur de consacrer à la promotion de sa marque, à la recherche et à l'innovation, les moyens humains et financiers permettant d'assurer le développement et la pérennité du concept.

2-2 Le franchisé, ambassadeur de l'enseigne auprès du consommateur, devra consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation.

2-3 Franchiseur et franchisés devront agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles en **recherchant l'intérêt supérieur du réseau**.

2-4 Les relations contractuelles :

Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à plus long terme.

La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise.

Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires à améliorer le fonctionnement du réseau de franchise et la satisfaction du consommateur. Le franchiseur établit le contrat écrit qui énonce de façon complète et précise les droits, obligations et responsabilités des parties.

Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise. Le contrat n'impose pas aux parties intéressées de restrictions qui ne soient pas nécessaires pour atteindre les objectifs.

L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise. Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

3 - VERTUS DE LA FRANCHISE

La franchise est un modèle de développement permettant à une enseigne de s'étendre sur un territoire. En effet, fort de ses investissements préalables pour la construction d'un concept solide et éprouvé, le franchiseur met à disposition des franchisés un modèle économique déployable sur une zone géographique optimale. Ce sont alors les franchisés qui investissent financièrement dans le développement de leur entreprise. Ce mode de développement économique donne ainsi au franchiseur un effet de levier important dans son développement.

Le franchiseur ayant par ailleurs l'obligation de faire évoluer son savoir-faire, afin de préserver l'avantage économique du concept.

Outre cet aspect économique, la franchise permet également à l'enseigne d'asseoir son développement sur des entrepreneurs investisseurs motivés, investis dans leur outil de travail à la recherche de la rémunération de leur travail ainsi que de leur capital investi.

4 - CONTRAINTES DE LA FRANCHISE

La relation franchiseur – franchisé est spécifique dans la mesure où il s'agit d'une relation contractuelle encadrée, mais n'incluant aucunement de lien de subordination (contrairement au salarié). A ce titre, l'adhésion des franchisés à la démarche de développement du franchiseur est importante, voire indispensable au bon développement de la franchise. Les franchiseurs se doivent de mettre à cet égard en place des instances de concertation, à l'instar de commissions thématiques, réunions de groupe ou comités de franchisés sélectionnés afin de les associer aux démarches du franchiseur.

De plus, la relation contractuelle entre le franchiseur et le franchisé est de plusieurs années, ce qui requiert du franchiseur une continuité dans sa stratégie de développement afin de permettre aux franchisés de se retrouver dans le projet d'entreprise qu'ils ont rejoint au moment de la signature de leur contrat de franchise. Les évolutions du modèle de franchise doivent donc être réalisées de façon progressive et fondées sur la recherche d'une efficience économique.

5 - L'INTERET DU RESEAU

Il peut malheureusement arriver, dans certaines situations anormales, que les perspectives à court/moyen--terme d'un franchiseur soient contraires aux perspectives, voire même aux intérêts, à plus long terme de ses franchisés. Ceci pourrait notamment résulter de contraintes financières imposées au franchiseur par son actionnariat, impliquant par exemple, des opérations de restructuration importantes au sein du réseau.

Cette situation, bien qu'exceptionnelle, n'est pas acceptable pour la Fédération Française de la Franchise qui promeut une franchise fondée sur le respect de la Loi et de ses règles déontologiques. Face à ce type de comportement, la FFF rappelle qu'indépendamment de sa situation économique, la valeur d'un réseau de franchise dépend intrinsèquement de la valeur de ses franchisés. Il est donc essentiel, en toutes circonstances, que le franchiseur intègre dans ses réflexions et décisions **la vision des franchisés et l'intérêt supérieur du réseau.**

Le franchisé, dans le respect des règles déontologiques de la franchise, basées sur la transparence et la loyauté, doit s'assurer que le financement de son entreprise réponde aux règles d'usage devant assurer la pérennité de son entreprise.

L'accès à de nouveaux modes de financement alternatifs peut impacter le modèle économique du concept tel que construit à l'origine par le franchiseur.

6- LE FINANCEMENT PARTICIPATIF OU « CROWDFUNDING » :

La notion de financement participatif fait référence à une récolte de fonds – en général de petits montants – pour financer un projet spécifique, via internet.

Le financement participatif recouvre des formes de financement hétérogènes telles que le don avec ou sans contrepartie, les prêts avec ou sans intérêts ou encore la souscription de titres financiers

(capital ou dette).

La réglementation sur le financement participatif est régie par l'Ordonnance N° 2014-559 du 30 mai 2014, et son décret d'application N°2014-1053 du 16 septembre 2014 :

L'ordonnance du 30 mai 2014 pose les bases d'un cadre normatif adapté au financement participatif (« **crowdfunding** ») afin d'en assurer le développement dans des conditions juridiques sécurisées et d'offrir une protection des investisseurs ou des prêteurs.

Une plate-forme de financement participatif par souscription de titres financiers émis par une société non cotée doit être immatriculée auprès du registre de l'Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance, Banque et Finance (ORIAS) en tant que conseiller en investissement participatif (CIP). Elle peut également opter pour le statut de prestataire en services d'investissement (PSI) fournissant le service de conseil et être, dans ce cas, agréée par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR). Ces plates-formes sont régulées par l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) seule pour les CIP et conjointement par l'AMF et l'ACPR pour les PSI.

Si le site internet propose de financer le projet sous la forme d'un prêt avec ou sans intérêt, la plate-forme doit être immatriculée auprès du registre de l'Organisme pour le Registre des Intermédiaires en Assurance, Banque et Finance (ORIAS) en tant qu'intermédiaire en financement participatif (IFP). L'ACPR peut contrôler à tout moment un intermédiaire en financement participatif.

Si le site Internet ne propose que des financements sous forme de dons, la plate-forme n'a pas l'obligation de s'immatriculer auprès de l'ORIAS. Toutefois, elle peut choisir de s'immatriculer en tant qu'intermédiaire en financement participatif. Dans ce cas, elle doit respecter toutes les règles qui s'imposent aux intermédiaires en financement participatif.

Le statut de conseiller en investissement participatif (CIP)

Une plate-forme de financement participatif par souscription de titres financiers peut choisir le statut national de conseiller en investissement participatif (CIP). Elle doit alors être immatriculée auprès de l'ORIAS.

Le statut de CIP est accessible sans contrainte capitalistique mais limite le type d'opérations proposées aux titres financiers simples et ne permet pas à la plate-forme de proposer ses services au sein de l'Espace économique européen (EEE). Par ailleurs, les CIP ne peuvent détenir ni fonds, ni titres de la clientèle et ne peuvent cumuler leur statut qu'avec celui d'intermédiaire en financement participatif (IFP). En particulier, le statut de CIP ne permet pas de recevoir des fonds du public. Il est uniquement autorisé à recevoir les fonds correspondant à la rémunération de son activité.

Le statut de CIP ne peut être cumulé qu'avec celui d'intermédiaire en financement participatif.

Le statut de prestataire de services d'investissement (PSI)

Une plate-forme peut également opter pour le statut de PSI fournissant notamment le service de conseil en investissement. Dans ce cas, elle doit être agréée par l'ACPR, après analyse du dossier de demande d'agrément par les services de l'AMF. Ces plates-formes sont régulées conjointement par l'AMF et l'ACPR.

Le statut de PSI fournissant le service de conseil en investissement impose à la plate-forme un capital minimum de 50 000 euros. Si la plate-forme reçoit des fonds de la clientèle, elle est soumise au respect de règles prudentielles. En outre, le statut de PSI permet de proposer toutes les catégories de titres financiers et d'obtenir un passeport pour fournir ses services d'investissement au sein de l'EEE.

Des règles à respecter

Les plates-formes (CIP et PSI) doivent agir en toutes circonstances au mieux des intérêts des investisseurs, de la sélection des offres jusqu'à la concrétisation de l'investissement (réalisation de due diligences, avertissement sur les risques et test d'adéquation, mise à disposition d'un niveau d'information nécessaire à la prise de décision...).

Par ailleurs, les CIP et les PSI sont soumis à des règles d'organisation et de bonne conduite définies dans le Livre III du règlement général de l'AMF.

Il n'y a pas de limitation pour le porteur de projet, il peut emprunter jusqu'à 1.000.000 euros par projet sur une période de 12 mois.

Les émetteurs qui réalisent une offre de titres financiers par l'intermédiaire de plates-formes de financement participatif (CIF ou PSI) peuvent bénéficier d'une exemption de publication de prospectus dans certaines conditions :

- le montant total de l'offre calculé sur 12 mois ne peut dépasser, pour un même émetteur, un million d'euros ;
- l'offre doit être réalisée par le biais d'un site internet d'accès progressif ;
- l'émetteur et la plate-forme doivent fournir aux investisseurs des informations simples, claires et équilibrées sur les spécificités du projet et la nature de l'offre (tels que les risques et les frais liés).

Les sociétés par actions simplifiées (SAS) peuvent effectuer des offres de titres financiers dans le cadre de la nouvelle exemption sous réserve de respecter certaines exigences statutaires relatives aux droits de vote, à la répartition des compétences des organes sociaux, aux conditions de quorum et de majorité des assemblées générales ordinaires et extraordinaires et aux règles d'organisation des assemblées générales.

Attention, il est rappelé que le démarchage n'est autorisé que pour les titres financiers ayant fait l'objet d'un prospectus visé par l'AMF. La plate-forme de financement participatif peut faire la promotion des services qu'elle propose en réalisant de la publicité dite « institutionnelle » dès lors que celle-ci ne concerne pas une opération en particulier. La plate-forme n'est pas autorisée à communiquer par voie de publicité spécifiquement sur les caractéristiques d'une des offres d'investissement qu'elle propose lorsque celle-ci n'a pas donné lieu à un prospectus. Elle peut, par contre, communiquer de manière générale sur ses activités.

Le statut du IFP «Intermédiaire en Financement Participatif », consiste à mettre en relation, au moyen d'un site internet, les porteurs d'un projet déterminé et les personnes finançant ce projet, sous forme de don ou de prêt avec ou sans intérêts. Le taux d'intérêt, s'il est stipulé, est un taux fixe. Il est déterminé dans le contrat et ne peut dépasser le taux de l'usure. La durée de remboursement du prêt est limitée à 7 ans. L'emprunteur est directement responsable du remboursement du prêt et doit respecter les articles 5548-4 et suivants du code monétaire et financier.

Les prêteurs personnes physiques sont limités au financement de 1.000 euros par projet pour les prêts avec intérêts, pour encourager le patrimoine des prêteurs à être diversifié dans plusieurs sociétés.

Il est rappelé que les IFP ne sont pas autorisés à recourir ou à se livrer à une activité de démarchage.

Si le site internet encaisse des fonds pour le compte de tiers dans le cadre des opérations de financement participatif, la plate-forme doit être agréée a minima en qualité d'établissement de paiement (EP) par l'ACPR ou être enregistrée en tant qu'agent de prestataire de services de paiement.

7- LE FINANCEMENT PARTICIPATIF POUR LA FRANCHISE

Le financement participatif est porté par le grand public qui n'a pas nécessairement toute la connaissance des spécificités des règles de fonctionnement de la Franchise.

Le franchisé sera attentif :

7-1 Aux conditions de fonctionnement de la plateforme :

- les modes de financement proposés : prêt aux entreprises ou prise de participation au capital
- le statut de la plateforme : IFP ou CIP
- le type d'opérations financées : création, 2^{ème} installation, reprise d'entreprise, financement d'investissement, de développement ...
- les spécificités d'intervention de la plateforme : ouverture à des personnes morales, partenariats avec des fonds ou des business angels...
- les modes de sélection des projets,
- les conditions financières d'intervention et montants empruntés / investis,
- les clauses contractuelles doivent être clairement écrites et compréhensibles, les tarifs indiqués de manière transparente,
- les taux de commission,
- le rendement des prêteurs et investisseurs.

Les clients prêteurs et emprunteurs doivent confirmer la compréhension et la reconnaissance des termes et conditions avant la conclusion de tout contrat, dont les conditions d'annulation de l'investissement avant son échéance.

7-2 Aux spécificités de la franchise :

- La présentation du projet sous enseigne au public requiert l'autorisation préalable du franchiseur, ainsi que les pièces communiquées.
- L'ordonnancement de la mise en place du financement du projet dans le parcours du franchisé : communication du Document d'Information Précontractuelle, sélection de l'emplacement, détermination du plan de financement et signature du contrat de franchise.
- Le contrat de franchise est signé intuitu personae, le franchisé a un devoir de transparence sur la composition de son capital auprès du franchiseur.
- Le cas échéant, la valorisation des titres de la société du franchisé sera communiquée au franchiseur compte tenu de son droit de préemption, de même que les modalités de sortie des actionnaires.
- Le franchisé communiquera également au franchiseur les modalités de communication auprès de sa communauté d'actionnaires et de prêteurs.

8- Les spécificités de la franchise pour les plateformes de financement participatif

Dans le cas du financement en prêt :

- Analyse de l'enseigne, de son modèle économique, sa relation contractuelle, la rentabilité des franchisés existants.
- Dans le cas des jeunes réseaux, quelle vision de la pertinence du concept, de la réalité du savoir-faire du franchiseur et de la pertinence de son modèle économique.

Dans le cas de la prise de participations :

- La protection de l'enseigne des investisseurs ayant des intérêts divergents.
- La multiplicité des intervenants au capital du franchisé.
- L'accompagnement des franchisés dans la communication auprès de leur communauté d'actionnaires : rédaction des contrats, valorisation des titres, sortie des actionnaires, remboursement des titres... option d'achat à prix déterminé...
- L'adaptation des Document d'Information Précontractuelle et contrats de franchise à ce nouveau devoir d'information du franchisé.
- Concernant la communauté des actionnaires, comment sont rédigés les contrats ?

Dans le cadre d'un recours au financement participatif, il convient d'être attentif et de vérifier l'identité des personnes physiques ou morales qui pourront investir dans l'entreprise franchisée dans le respect de la clause d'intuitu personae inhérente au contrat de franchise.

Annexe : Code de déontologie européen de la franchise

20.06.2016