

Financer ses projets dans l'hôtellerie par le crowdfunding : c'est possible

Patrice Klug, Associé,
In Extenso Finance &
Transmission

Phénomène récent, le *crowdfunding* (littéralement « financement par la foule ») ou financement participatif consiste, pour une entreprise, à faire financer ses projets par un grand nombre de personnes¹.

En plein boom depuis 2008, le crowdfunding représente en France, 133,2 millions d'euros au premier semestre 2015, contre 66,4 millions sur les six premiers mois de 2014.

Cette croissance de 100% par an est facilitée par l'émergence des plateformes en ligne qui sélectionnent les dossiers et gèrent les paiements. Le crowdfunding est une tendance amenée à durer et à se développer dans la majorité des secteurs de l'économie, notamment dans l'hôtellerie.

Trois « types » de crowdfunding

Terme assez large, le crowdfunding peut être réalisé de trois manières différentes :

- tout d'abord, le don avec contrepartie ou non qui permet de se financer en échange d'un bien ou d'un service (ex : le financement de la construction d'un hôtel en échange d'un futur séjour offert) ;
- plus classique, le « credit crowdfunding » s'apparente à un prêt, à la seule différence que les créanciers se trouvent être des centaines, voire des milliers de particuliers ;
- même principe : « l'equity crowdfunding » qui permet à une entreprise de se financer en capital auprès d'un grand nombre d'actionnaires pour une partie maîtrisée de son capital. C'est justement cette dernière forme de crowdfunding qui va nous intéresser par la suite.

Crowdfunding et hôtellerie : l'argument fiscal

De plus en plus de personnes souhaitent investir dans l'immobilier. Seul problème, tout le monde ne peut évidemment pas se permettre d'acheter seul un bâtiment. Une première solution est d'investir dans le crowdfunding immobilier en participant, par exemple, à un projet de promotion immobilière en échange d'un certain rendement annuel.

Autre solution : investir via une plateforme de crowdfunding dans une PME hôtelière plutôt qu'immobilière. Ici, l'avantage pour un particulier réside essentiellement dans l'attrait fiscal. En effet, contrairement à l'investissement purement immobilier, le secteur de l'hôtellerie, de par l'existence d'un fonds de commerce, rentre (voir les conditions d'une PME éligible²) dans le cadre de la loi de défiscalisation du 21 août 2007. La réduction de l'ISF est de 50% des versements effectués, tandis que la déduction de l'IR est de 18%³.

Une opportunité de diversifier ses financements

Que ce soit pour l'argument fiscal ou tout simplement pour participer à une aventure patrimoniale, le crowdfunding est un nouveau procédé pour les particuliers n'ayant pas les moyens d'acheter entièrement un bien de diversifier leurs patrimoines, pour un budget adapté à chacun.

1 Les investissements sont pour l'instant limités à 1000€ par personne et par projet en France en 2015. Le plafond d'emprunt par projet pour les sociétés est quant à lui fixé à 1 000 000€.

2 Constitué en société depuis plus de 3 ans et respectant la définition européenne de la PME : moins de 250 salariés, déclarant soit un CA annuel inférieur à 50 millions d'euros, soit un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros. Elle doit être indépendante, c'est-à-dire ne pas être détenue à plus de 25 % par une ou plusieurs entités qui ne sont pas des PME.

3 Réductions non cumulables et limitées par des plafonds.



Diversifier, c'est aussi le mot d'ordre au sein des sociétés hôtelières qui voient dans le crowdfunding un moyen de multiplier leurs sources de financement.

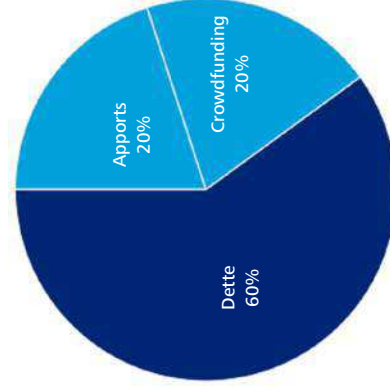
Dans un contexte de raréfaction du crédit pour les PME, le crowdfunding s'inscrit comme l'une des solutions privilégiées par les dirigeants d'entreprises, d'autant plus que le porteur de projet n'est pas aussi exposé au risque de dilution du capital qu'avec l'entrée d'un partenaire financier.

Prenons maintenant l'exemple d'une PME hôtelière souhaitant acheter les murs et le fonds de commerce d'un établissement pour 2 000 k€. Celle-ci dispose d'un apport de 400 k€ avec lequel elle peut lever 400 k€ en crowdfunding puis obtenir le reste, à savoir 1 200 k€ par complément bancaire. La société en question peut ainsi, pour 20% d'apports investis, obtenir à terme 100% de la valeur de son acquisition (voir graphique ci-dessous).

Pour un coût de la dette de 2%, un coût du crowdfunding de 10%⁴ et un coût du capital à 20%, le coût moyen pondéré du capital pour cette PME serait de 6,8%⁵.

Le crowdfunding est donc un moyen pour les PME hôtelières de trouver de nouveaux financements grâce au web 2.0 et à de nombreux particuliers souhaitant investir selon leurs moyens dans l'immobilier tout en se défiscalisant. Les plateformes de crowdfunding telles que Wised ou Ulule facilitent grandement ce type de levées de fonds. Il faut tout même souligner que le financement participatif nécessite les mêmes soins qu'un financement dit « classique », à savoir : en amont, un dossier solide (structuré, rentable, attrayant, bon emplacement de l'hôtel. 60% des campagnes en ligne aboutissent à un financement) et par la suite, une transparence et un reporting régulier auprès des nouveaux partenaires du projet.

Exemple des financements dans l'achat des murs et du fonds de commerce



1 Ce pourcentage ne prend pas en considération les commissions sur le montant total levé prélevées par la plateforme. Le coût est ici estimé pour une PME « mature » peu risquée. Celui-ci étant plutôt de l'ordre de 25% à 30% pour une start-up

2 Le CMPC s'obtient par la formule suivante : $CMPC = r(E/D+E+C) + c(C/D+E+C) + i(1 - t)(D/D+E+C)$