

Entretien

«Le crowdfunding est un lien entre l'ancien et le nouveau monde»

La plateforme de financement participatif suisse Wemakeit a connu en cinq ans un succès fulgurant. Son co-fondateur Johannes Gees nous révèle les secrets de sa réussite et les enjeux de ce domaine en devenir.

Texte: Nadia Barth Photos: Jorma Müller



De quoi parle-t-on?

Créations de start-up, de restaurants, de commerces... Wemakeit a permis de lancer près de 2900 projets grâce au financement participatif. Son co-fondateur nous parle de ce qui lui a permis de devenir un leader européen dans son domaine. Son prochain défi? Intégrer la technologie du blockchain et démocratiser les monnaies digitales.

Johannes Gees, vous avez récemment défrayé la chronique en annulant la récolte de fonds pour l'initiative «No Billag». Pourquoi avoir fait ce choix?
Ce projet n'aurait jamais dû être publié sur notre plateforme initialement. Mais le jour où cela s'est fait, un samedi, un de nos employés, qui n'était pas encore assez familiarisé avec notre entreprise, a laissé passer la campagne. Quand j'en ai eu connaissance, j'ai rapidement pris position en annulant la levée de fonds. Soyons clairs, ce n'est pas du tout le genre de projet que j'ai envie de soutenir, pas plus que je n'ai envie que l'initiative «No Billag» passe. Selon moi, elle est très dangereuse pour la diversité des médias et la cohésion du pays.

Y a-t-il donc une ligne politique chez Wemakeit?

Sur le plan politique, c'est la première fois que nous prenons une telle décision. Suite à celle-ci, nous avons été durement critiqués, notamment par des personnes qui nous reprochaient de ne pas être neutres. Mais il faut rappeler que nous sommes une entreprise privée et donc, bien sûr, nous ne sommes pas neutres. La responsabilité de ce qui est publié sur notre plateforme me revient et je dois parfois poser des limites.

Justement, qu'est-ce qui est publié sur votre plateforme et comment fonctionne-t-elle?
C'est une plateforme en ligne sur laquelle tout le monde peut se rendre afin de soutenir des projets qui ont besoin d'un financement pour voir le jour. Ces projets peuvent être liés à de très nombreux domaines tels que la musique, le design ou encore l'associatif. [En contrepartie d'une aide financière, la personne qui soutient un projet reçoit toujours quelque chose en retour.](#) Cela peut être un produit, une invitation, une expérience... Tout est possible.

Ensuite, ceux qui utilisent notre plateforme pour lancer leurs projets trouveront là un outil promotionnel efficace, des personnes qui croient en eux et un espace où il est vraiment pos-

sible de commencer une affaire. Ainsi, on ne gagne pas que de l'argent, mais aussi une exposition publique intéressante.

Combien doit déboursier une personne pour voir son projet en ligne sur votre plateforme?

Pour mettre un projet en ligne, c'est gratuit. Mais si vous atteignez votre objectif financier, vous payez alors 10% à notre entreprise. Une part de ce pourcentage revient à Wemakeit et une autre est destinée au paiement de différents frais comme ceux liés aux cartes de crédit.

Comment vous est venue l'idée de créer cette plateforme en 2012 et quel était alors l'objectif?

Il y a plusieurs choses qui m'ont inspiré. D'abord comme artiste, mais aussi comme musicien, je me suis beaucoup impliqué dans les questions liées aux levées de fonds et à la façon d'interagir avec ses fans. Ensuite, j'ai toujours voulu lancer un business en lien avec le digital parce que ce domaine m'a toujours passionné. Ainsi, fin 2009, j'ai entendu parler du financement participatif pour la première fois et j'ai tout de suite su que c'était dans cette direction que je voulais aller. Avec deux amis, nous avons alors trouvé les financements nécessaires au lancement de Wemakeit. Au départ, la plateforme s'adressait essentiellement aux acteurs du milieu culturel, puis, avec le temps, nous nous sommes fortement diversifiés.

Lors du lancement de Wemakeit en 2012, étiez-vous pionniers dans le domaine du financement participatif en Suisse?

Oui, nous étions les premiers et, le mois suivant, le lancement

d'une autre entreprise a suivi. Le fait que deux plateformes démarrent au même moment, dans le même domaine, a permis d'attirer l'attention, notamment de la presse. Résultat: nous avons bénéficié d'une exposition médiatique qui nous a été profitable. Puis, grâce à notre professionnalisme, nous sommes vite devenus leaders dans le domaine en Suisse avant de nous développer dans le reste de l'Europe.

Les plateformes de crowdfunding sont aujourd'hui très nombreuses. Comment faites-vous pour vous démarquer?

L'un de nos points forts est que vous pouvez utiliser la plateforme dans différentes langues. Vous avez la possibilité de réaliser votre campagne en anglais, en français, en allemand ou même en italien. Nous avons aussi apporté beaucoup de soin au graphisme de notre site en optant pour un design simple et propre, ce qui laisse beaucoup de place aux projets eux-mêmes.

Depuis votre création, près de 2900 projets ont abouti. Quel est le profil de ces entrepreneurs qui passent par votre plateforme?

On peut vraiment dire qu'après cinq ans, la plateforme est devenue grand public. Les profils sont donc très variés. Nous avons par exemple une femme de 70 ans qui cherche à lancer son propre parfum ou des étu-

dians qui lèvent des fonds pour la présentation de leur travail de maturité.

Sur votre site, le pourcentage de réussite des projets s'élève à 63%. Quelle est la recette de ces succès?

Je crois que chaque projet de crowdfunding commence par votre entourage, c'est-à-dire les gens que vous connaissez et ceux qui connaissent ceux que vous connaissez, puis ça s'étend à un public plus large. Donc quand vous lancez une campagne, il faut préparer vos proches et leur dire que c'est important qu'ils se mobilisent dès le début. Cela pour deux raisons: la première est que [ceux qui ne vous connaissent pas se sentent rassurés quand il y a déjà vingt ou trente personnes qui croient au projet.](#) Ils se disent qu'il doit être intéressant et fiable puisque d'autres le financent déjà. La deuxième, c'est qu'en tant qu'initiateur, vous vous sentez soutenu, ce qui vous rassure et vous donne envie de mieux travailler encore. Il est également important de souligner qu'il faut vraiment se mobiliser pour son projet et oser faire son auto-promotion. Vous devez aller au front! Il n'est pas possible de se cacher derrière une marque ou une association. Enfin, réaliser une petite vidéo, simple, avec son smartphone par exemple, pour présenter son projet est un dernier point essentiel. →

Publicité

Éliminer rapidement les
ballonnements

avec
uluxan®

Les pastilles à sucer Uluxan® ont un goût agréable et éliminent les gaz présents dans l'estomac et les intestins en quelques secondes. Elles sont idéales lors de déplacements ou au travail. Les ballonnements se dissipent rapidement.

En pharmacie et droguerie. Infos: www.uluxan.ch

Aujourd'hui les sites de crowdfunding lèvent des millions de francs à travers le monde.

Quels sont les facteurs de cette réussite?

Vous avez besoin de plusieurs éléments pour qu'une idée prenne. Par exemple, le crowdfunding n'aurait jamais eu de succès sans les réseaux sociaux. Aujourd'hui 70% du trafic sur notre plateforme provient de là. Si l'on avait lancé le financement participatif en 2003, ça n'aurait pas marché. [Un autre aspect est lié au développement des paiements en ligne avec notamment l'essor de l'e-commerce.](#) Tout cela a pris bien dix ans avant d'être bien implanté à la fin des années 2000. C'est donc la convergence de ces deux facteurs principaux, les réseaux sociaux et les paiements en ligne, qui a permis au crowdfunding de fonctionner.

Malgré ce succès en ligne, ne reste-t-il pas difficile de lever des fonds en Suisse lorsqu'on est entrepreneur?

Il existe en effet quelques barrières. Parmi elles, le fait qu'il n'y ait pas tellement de capital risque en Suisse. Cette façon de mettre de l'argent dans des sociétés non cotées et qui n'ont pas encore trouvé leur point d'équilibre, comme c'est le cas avec les start-up, ce n'est pas vraiment dans la mentalité du pays. Les Suisses aiment investir dans des projets qui sont relativement sûrs. D'un autre côté, il y a beaucoup d'argent ici et un grand nombre de personnes qui en ont. Notre idée chez Wemakeit était donc la suivante: faire se rencontrer ces personnes créatives et celles qui ont des moyens, même modérés, pour financer des projets sympas. Et d'une certaine façon, ça a marché puisque, en Suisse, le taux de pénétration du marché est bien plus élevé qu'en Allemagne, en France ou en Autriche où nous sommes aussi actifs.

Voilà qui pourrait inspirer des vocations... Pensez-vous qu'on verra à l'avenir plus d'auto-entrepreneurs?

Oui, je crois que ce rôle a beaucoup d'avenir et que l'entreprise



Pour Johannes Gees, l'entreprise du futur, c'est la communauté.

du futur, c'est la communauté. Une communauté au sein de laquelle des personnes collaboreront en s'organisant au travers d'applications. C'est déjà le cas chez Wemakeit, une application autour de laquelle gravitent un petit cercle de personnes qui travaillent directement pour elle, puis un autre composé d'entrepreneurs et un dernier avec les différents soutiens.

En parlant de futur, vous venez justement d'introduire une nouvelle option de paiement sur votre site: le bitcoin. Pourquoi?

Cette nouvelle monnaie fait partie d'une plus grande stratégie qui mettra entre six mois et une année à être mise en place. Aujourd'hui, vous pouvez en effet utiliser le bitcoin comme moyen de paiement, mais il est encore assez improbable que les gens fassent appel à cette option. Soyons honnêtes, personne ne veut dépenser ses bitcoins pour le moment. On préfère plutôt les garder puisque leur valeur tend à augmenter. Ce n'est donc qu'une première étape vers une autre, plus grande. Ainsi, ma stratégie c'est qu'au lieu d'offrir par exemple un produit en échange d'un soutien, on pourrait être en mesure d'offrir un token (un jeton) pouvant représenter une part de l'entreprise ou du produit en lancement. Ce changement permettrait de passer d'une logique de don, comme c'est le cas maintenant quand on finance un projet, à celle d'investissement avec un retour sur investissement possible.

Concrètement, quel est l'objectif plus global visé?

[Ce que nous voulons, c'est démocratiser ces crypto-monnaies comme le bitcoin](#) et les faire connaître au grand public,

mais aussi faire en sorte qu'elles deviennent véritablement utilisables sans qu'il soit nécessaire d'être un expert en informatique. Aujourd'hui, je pense que nous sommes en première ligne de cette mutation et que les autres entreprises du domaine suivront. Selon moi, le crowdfunding est un lien entre l'ancienne et la nouvelle économie, entre l'ancien et le nouveau monde. **MM**

Bio express

1960 Naissance à Romanshorn (TG).

1980-1985 Études d'ethnologie et d'histoire à l'Université de Zurich et début de sa carrière de peintre et musicien.

1999 Acquiert une réputation internationale en tant qu'artiste.

2012 Fondation de la plateforme de crowdfunding wemakeit.com qu'il dirige jusqu'en 2016.

2017 Développe de nouvelles idées pour Wemakeit et travaille sur les crypto-monnaies et la technologie du blockchain.

Publicité

© 2018 The Coca-Cola Company.

40% de réduction.

POUR BIEN DÉMARRER L'ANNÉE. ZÉRO SUCRE.

TASTE THE FEELING™



40%
6.95 au lieu de 11.70

Coca-Cola, Coca-Cola zero, Coca-Cola light
6 x 1,5L

MIGROS

M comme Meilleur.

SUR TOUS LES PRODUITS COCA-COLA 6 x 1,5 L,
OFFRE VALABLE DU 16.1 AU 22.1.2018,
JUSQU'À ÉPUISEMENT DU STOCK