



PATRIMOINE ET FINANCE

ENTREPRISES ET INITIATIVES

CULTURE ET PERSPECTIVES

rechercher...



RAPPEL DES BONNES PRATIQUES DU CROWDFUNDING IMMOBILIER

23/01/2017

partager cet article sur vos réseaux sociaux favoris



Vincent Sillègue, Président de Crowdfundingimmo.fr., rappelle les 6 règles à respecter avant d'investir dans une opération de promotion immobilière.

A l'heure où le crowdfunding immobilier français connaît un succès grandissant en France mais aussi ses premières difficultés, la plateforme Crowdfundingimmo.fr, plateforme créée par des professionnels de la promotion immobilière et exclusivement dédiée au financement participatif de la promotion immobilière, rappelle les bonnes pratiques en matière d'investissement qu'elle recommande et met en pratique depuis sa création pour garantir au mieux les intérêts des investisseurs et promoteurs. Pour info, Crowdfundingimmo.fr n'est pas concerné par les risques de défaillance en cours : les sociétés identifiées n'ayant pas franchi le filtre de l'audit des sociétés de maison-mère nécessaires à tout engagement de notre part.

1. Audit / Analyse de la maison mère du maître d'œuvre

La plateforme de financement participatif doit mener un audit permettant de s'assurer de la solidité du maître d'œuvre. La structuration classique de notre profession passe par une société opérationnelle (la maison mère) et une société filiale par opération. Ainsi, il existe une « muraille de Chine » entre chaque opération et un partage des moyens techniques au sein de la maison mère. Il est nécessaire d'auditer cette maison mère tant d'un point de vue financier que de sa capacité à construire. Il est par conséquent essentiel d'analyser la structure du groupe, la solvabilité des entreprises, leur historique d'opération, leur capacité à construire, la qualité des chantiers, la qualité des réalisations, le parcours des hommes clés... La plateforme doit mener un audit précis et exhaustif de l'actionnaire du groupe et de l'organigramme des sociétés qui le composent. Les métiers annexes à l'activité de maîtrise d'œuvre (construction, commercialisation...) doivent être étudiés avec la plus grande attention et intégrés dans le périmètre d'analyse. Le métier de la promotion ne se limite pas à une équation mais représente bien un cumul de savoir-faire complexes.

2. Analyse administrative et juridique

Lors de la sélection d'un projet, la plateforme doit analyser le caractère définitif des droits à construire (permis de construire, déclaration préalable, permis d'aménager...). Au travers son obligation de conseil, la plateforme doit proposer un montage juridique de la société d'opération explicite et transparent.

3. Analyse financière

Les fonds finançant l'opération doivent être versés sur un compte séquestre dédié à cette seule opération. **Attention également à la durée du contrat** : il ne doit pas être trop court afin de ne pas se mettre en risque. Les obligations sont émises idéalement sur une durée de 3 ans, plutôt que 18 ou 24 mois avec possibilité de remboursement anticipé. Il est également nécessaire de contrôler la qualité des garants (Garantie Financière d'Achèvement) et des assureurs impliqués (Dommage ouvrage et Tout Risque Chantier). Il est enfin conseillé de s'assurer que la plateforme a informé le garant qu'une partie des fonds propres provient d'investisseurs extérieurs.

4. Analyse technique

Il est important de contrôler à minima :

- Le parcours et l'expérience des dirigeants et hommes clés
- Les moyens techniques internes propres à la réalisation des opérations en cours (capacité à construire).
- La cohérence des coûts de construction annoncés par rapport aux comparables locaux.
- Les dossiers dont l'étude de sol est à risque. La capacité à construire de l'opérateur est un élément déterminant du succès d'un projet. Elle se mesure par une étude réalisée sur place et validant les moyens annoncés. Elle demande une expertise métier certaine.

5. Analyse commerciale

Il est également important d'analyser la cohérence des prix de vente prévisionnels. La pré-commercialisation ne doit pas seulement être analysée en termes de chiffre d'affaires mais également en termes de volume et de typologie des logements restant à vendre (T2, T3...). Les frais de commercialisation doivent être cohérents avec le rythme de vente et les objectifs affichés.

6. Capacité à être un intermédiaire fiable

La plateforme de crowdfunding immobilier est un intermédiaire et doit être en mesure de dialoguer avec les différents acteurs d'une opération de promotion : assureurs, promoteurs, investisseurs, bureaux d'études... afin d'apporter une véritable valeur-ajoutée. Pour cela, rien de mieux que des professionnels du secteur de la promotion immobilière.

« Crowdfundingimmo.fr applique scrupuleusement ces 6 règles d'or sur chacune de ses opérations en s'appuyant sur les compétences en promotion immobilière de ses fondateurs. C'est en offrant ce niveau de garantie aux investisseurs que nous réussissons à faire du crowdfunding une source de financement pérenne de la promotion immobilière », souligne Vincent Sillègue.

<https://www.crowdfundingimmo.fr/>

PARTENAIRES

positive alpha

A PLUS FINANCE
L'innovation dans la gestionFORCE
MEDIA
AGENCE CONSEIL EN COMMUNICATIONPrimaliance
Le portail des SCPI

[Découvrez les deux formules de partenariat que nous proposons](#)

DU MEME AUTEUR

[Cloud : ce qui nous attend pour 2017](#)

[SLVF conseille Fourpoints IM dans le cadre de sa reprise par YCAP AM](#)

[Prix des matières premières : les marchés à la baisse en 2017 ?](#)

[Nominations professionnels du droit](#)

[Nominations Entreprises & Industries](#)

RETROUVEZ ESTEVAL SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

