



LETsGO4Climate

Un projet LIFE coordonné par
la Région Centre-Val de Loire



**ÉNERGIE
PARTAGÉE**

eC-LR
OCCITANIE

Collecte de l'épargne & communication dans un projet citoyen d'EnR : cadre juridique

11/05/2022



LIFE20 GIC/FR/001820 -LIFE_LETSGO4Climate

The LIFE_LETSGO4Climate project has received funding from the LIFE Programme of the European Union.

Le projet LIFE_LETSGO4Climate est co-financé par le Programme LIFE de l'Union Européenne.



Pourquoi ce webinaire ?

Des évolutions juridiques récentes :

- Un seuil de levée de l'épargne citoyenne bien plus élevé
- ...qui se traduit, aussi, par une exigence plus forte sur la protection des épargnants : envoi d'un DIS et de documents promotionnels à l'AMF
- ... et par la nécessité de porter une attention particulière à la communication pendant la collecte

Pour les nouveaux porteurs de projets : une habitude à prendre en main dès maintenant

Pour les porteurs de projets existants : des pratiques à faire évoluer

1. Le cadre juridique de la collecte de l'épargne

1.1 La levée de l'épargne : seuils et obligations générales

1.2 Projets citoyens d'EnR : quelles structures peuvent réaliser une offre de collecte de l'épargne ?

1.3 Le Document d'Information Synthétique (DIS)



LETSGO4Climate
Un projet LIFE coordonné par
la Région Centre-Val de Loire



1.1 La levée de l'épargne : seuils et obligations générales

L'offre au public de titres financiers (OPTF) :

- le cadre principal pour la protection des épargnants (citoyens)
- remplace l'ancienne notion « d'appel public à l'épargne »

2 types d'OPTF :

- OPTF > 8M€ sur 12 mois : Prospectus visé par l'AMF
- **OPTF < 8M€ sur 12 mois :**
 - Pas de *prospectus*
 - Pour la collecte directe : un **DIS**, sans visa préalable mais possible contrôle a posteriori
 - Remplace les précédents seuils d'exemption (100k/12 mois, etc.)



1.2 Projets citoyens d'EnR : quelles structures peuvent réaliser une offre de collecte de l'épargne ?

- Les SA & SCIC SA
- Les SAS et SCIC SAS *de production d'EnR*, par exception à une interdiction générale d'offre de titres financiers au public pour les SAS
 - ➔ Faire référence au L294-1 (ex L314-28) du code de l'énergie dans les statuts

1.3 Le Document d'Information Synthétique (DIS)

Le DIS : une obligation légale en application du règlement prospectus et une évolution structurante pour la levée de l'épargne citoyenne

Quel DIS utiliser ? (Avril 2020)

	Actions	Parts sociales	Titres participatifs	Obligations
SAS d'énergie renouvelable	DIS 2018-07			DIS 2018-07
SA	DIS 2018-07			
SAS <u>SCIC</u> d'énergie renouvelable		DIS 2019-22		
SA <u>SCIC</u>		DIS 2019-22	DIS 2018-07	



LETsGO4Climate
Un projet LIFE coordonné par
la Région Centre-Val de Loire



Les éléments clés à retenir

- Je peux faire une offre au public de titres financiers à hauteur de 8M€ sur 12 mois (au-delà, très complexe)
- Je suis une SCIC (SA ou SAS) et je lève des parts sociales : [DIS 2019-22](#)
- Tous les autres cas : [DIS 2018-07](#)
- J'ai une offre en CCA : pas de DIS à réaliser, mais j'en fais mention dans le DIS actions / parts sociales

Pour en savoir plus sur comment remplir son DIS : **Modèle de DIS pour projet ENR citoyen + explication sur l'espace adhérents Energie Partagée**

2. Les règles de communication dans la collecte de l'épargne

2.1 Les document de communication à caractère promotionnel

2.2 Les principaux messages à transmettre / éviter

2.3 Comment animer sa collecte sans faire du démarchage ?



LETSGO4Climate
Un projet LIFE coordonné par
la Région Centre-Val de Loire

Garder en tête (rappels)

Public visé : le grand public, **des non-spécialistes de la finance.**

- Enjeu AMF : protéger les investisseurs des arnaques, fraudes...
- Comment : **faciliter leur compréhension des produits financiers et les risques auxquels ils s'exposent.**
- Moyens : avant la diffusion de l'offre au grand public, déposer le Document Information Synthétique (DIS) **ET "l'ensemble de la communication à caractère promotionnel"**

Sur le contenu des docs promo : **"être équilibré, exact et non trompeur et les messages doivent être cohérents avec le Document d'Information Synthétique."**

2.1 Les documents de communication à caractère promotionnel

Qu'est-ce qu'un "doc promo" ?

Pas de définition stricte. 3 critères : se rapporte à une offre au public de titres financiers + toutes les formes + tous les modes de diffusion

Une définition selon Energie Partagée : "**tous les documents qui sont produits par la société EnR citoyenne pour communiquer sur l'offre et la souscription en tant que telle**"

Et concrètement ?

Liste des 6 incontournables (*liste non exhaustive, à adapter à chaque collectif en fonction des pratiques*)

- **Souscription** : bulletin de souscription + notice de souscription + site internet
- **Communication sur l'offre** : plaquette/dépliant + flyer/ tract (1 page) + newsletter/ infolettre
- **⚠️ post réseaux sociaux ⚠️**

2.2 Les principaux messages à transmettre ou éviter

Qu'est-ce qu'un message "équilibré, exact et non trompeur" ?

[le FOND] communiquer sur :

- l'exposition au risque de pertes en capital : partielle ou totale du montant investi
- l'aspect peu liquide du placement (vote AG pour remboursement)
- sur l'existence du DIS et préciser où se le procurer
- le fait que l'offre ne donne pas lieu à un prospectus soumis à l'approbation de l'AMF
- le droit de percevoir des dividendes (et autres spécificités propres à la société)
- Ne pas comporter d'indications fausses ou de nature à induire en erreur / comporter des informations cohérentes avec celles contenues dans le DIS

**** tableau synthétique dans le Guide avec les mentions interdites, recommandées ou obligatoires en général et dans le cadre d'une collecte d'épargne auprès du grand public + exemple bulletin de souscription ****

2.2 Les principaux messages à transmettre ou éviter

Quel vocabulaire ?

- **Écarter les mots "garanti", "assuré", "sécurisé" etc** pour qualifier tout ce qui concerne la **rémunération du capital** et la souscription des actions/ parts sociales. Ces mots peuvent cependant être utilisés pour qualifier le tarif d'achat - de type EDF OA -.
- **Éviter les formules du type "Investissez ! 5% de rentabilité*!"** surtout si les risques pris ou spécificités ne sont pas mentionnés dans ce même document.
- **Éviter de comparer le placement d'épargne livret A** versus souscription parts sociales/ actions, sans expliquer clairement la distinction.

Questions à se poser lors de l'élaboration de la campagne de mobilisation + tout au long de la phase de collecte de l'épargne

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Définition du démarchage ([L341-1 du Code Monétaire et Financier](#))

*“(...) **toute prise de contact non sollicitée**, par quelque moyen que ce soit, avec une personne physique ou une personne morale déterminée, en vue d’obtenir, de sa part, un accord sur (...) la réalisation d’une opération sur des instruments financiers (...).”*

*“constitue également un acte de démarchage bancaire ou financier, **quelle que soit la personne à l’initiative de la démarche**, le fait de se rendre physiquement au domicile des personnes, sur leur lieu de travail ou dans les **lieux non destinés à la commercialisation de produits, instruments et services financiers**, en vue des mêmes fins.”*

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

- **Disposer d'une sollicitation écrite de l'investisseur** pour pouvoir prouver que la prise de contact pour la souscription est à l'initiative directe de cette personne en répercussion à une publicité et non à du démarchage
- **L'initiative de la personne et le lieu de souscription** permettent de définir dans quel cadre on se trouve : publicité ou démarchage.

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Sondage !

La souscription d'actions ou de parts sociales est possible lors d'une réunion publique ou sur un stand au marché ou lors d'une foire biologique.

VRAI ou FAUX ?

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

À proscrire

⊘ La personne intéressée signe le bulletin de souscription directement avec le collectif ou un de ses membres à l'issue d'une réunion publique, sur un stand lors d'une foire ou d'un marché, etc. ⊘

Process à suivre

🔑 Mettre à disposition sur le stand un lot de papiers à remplir par les personnes intéressées pour recevoir par email les informations et/ou documentations liée à la souscription (cf. l'exemple à adapter en fin de guide).

🔑 **Discours à tenir** : “Pour souscrire, rendez-vous sur notre site internet” ou “pour recevoir les documents liés à la souscription, complétez le bordereau d'information avec vos coordonnées”. **Les réunions et/ou stands sont dédiés uniquement à l'information.**

NB : avec Coophub, l'outil de gestion du sociétariat développé par Energie Partagée et ses partenaires, la souscription en ligne est sécurisée

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Sondage !

Il est possible de proposer la souscription de parts sociales par voie électronique du type newsletter.

VRAI OU FAUX ?

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Il est possible de proposer la souscription de parts sociales par voie électronique du type newsletter.

VRAI et FAUX

Il est possible d'envoyer un email groupé (ex : newsletter) - **aux personnes déjà actionnaires ou sociétaires** pour leur proposer de souscrire à nouveau (cas d'exception).

Il n'est pas possible d'envoyer en masse une offre de souscription à d'autres personnes que des non actionnaires (pas de sollicitation directe des destinataires pour obtenir cette information).

Ce qui est possible : un envoi en masse avec **des informations générales sur le lancement de la levée de fonds et renvoi vers le site internet pour en savoir plus.**

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Sondage !

Il est possible de faire un post sur les réseaux sociaux « *Vous souhaitez agir concrètement pour la transition énergétique ? Rejoignez NOM DU COLLECTIF et contribuez à l'installation d'une toiture PV sur le toit de NOM DU BÂTIMENT. Pour en savoir plus, rendez-vous sur notre site internet [en cliquant ici.](#) »*

VRAI OU FAUX ?

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Il est possible de faire un post sur les réseaux sociaux « *Vous souhaitez agir concrètement pour la transition énergétique ? Rejoignez NOM DU COLLECTIF et contribuez à l'installation d'une toiture PV sur le toit de NOM DU BÂTIMENT. Pour en savoir plus, rendez-vous sur notre site internet [en cliquant ici.](#) »*

VRAI

Pas d'information relative à la souscription, uniquement des informations générales + renvoi vers le site internet

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Sondage !

Il est possible de faire un post sur les réseaux sociaux « *Plus que 3j pour prendre des parts dans la coopérative du Soleil pour tous !* »

VRAI OU FAUX ?

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Il est possible de faire un post sur les réseaux sociaux « Plus que 3j pour prendre des parts dans la coopérative du Soleil pour tous ! »

FAUX

Risque que l'AMF considère l'offre comme une arnaque.

Cf Questions posées par l'AMF aux particuliers pour les alerter sur un risque d'arnaque :

« Il vous a été demandé de procéder à un versement **rapidement** ? »

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Sondage !

Il est possible de faire un post sur les réseaux sociaux « Bravo à notre 100^{ème} sociétaire qui vient de rejoint la coopérative L'éolien citoyen, c'est bien ! »

VRAI OU FAUX ?

2.3 Comment animer sa collecte sans faire de démarchage ?

Il est possible de faire un post sur les réseaux sociaux « *Bravo à notre 100^{ème} sociétaire qui vient de rejoindre la coopérative L'éolien citoyen, c'est bien !* »

VRAI

➔ Ce type de post permet d'animer la collecte sans tomber dans le démarchage



LETsGO4Climate
Un projet LIFE coordonné par
la Région Centre-Val de Loire



Les éléments clés à retenir

[La FORME]

- Communiquer de manière étendue / à un public non identifié (vs réservé à un cercle restreint)
- s'assurer que la personne a bien pris connaissance du DIS et **dispose d'un exemplaire** (le DIS doit être transmis ou téléchargé avec le bulletin de souscription))
- Éviter de mettre la personne dans une situation d'urgence, c'est-à-dire dans l'impossibilité de se renseigner davantage ou de consulter d'autres personnes
- pouvoir justifier que la personne est bien à l'origine de la démarche de souscription (en répercussion à une publicité ou à un échange lors d'une réunion ou stand)
- Mettre à disposition sur le stand ou lors de réunion publique des bordereaux d'information pour suivre les actualités du collectif et/ou pour recevoir les informations sur la souscription (exemple dans le guide).



Pour aller plus loin : quelques ressources clés

POUR TOUS

Guide fair – attention, non spécifique aux projets ENR citoyen (spécificité des SAS prod EnR)



Réservé adhérents Energie Partagée :

- Le guide pour les projets d'EnR citoyen + exemples de documents promotionnels
- Les documents d'appui à la réalisation du DIS



LETsGO4Climate
Un projet LIFE coordonné par
la Région Centre-Val de Loire