



obligations
communautaires

GUIDE D'ÉMISSION POUR LES ENTREPRISES D'ÉCONOMIE SOCIALE

2017

AVANT-PROPOS

Objectifs du guide d'émission d'obligations communautaires

Le guide d'émission d'obligations communautaires est destiné aux entreprises d'économie sociale et vise à les outiller dans toutes les étapes du processus d'émission: de la compréhension de la nature même des obligations communautaires à la réflexion qui entoure la décision d'en émettre, jusqu'à l'émission et la gestion subséquente de telles obligations. Le guide est composé de cinq livrets:

- 1** Tour d'horizon des obligations communautaires
- 2** Grille d'analyse des prérequis pour réussir une émission d'obligations communautaires
- 3** Étapes du processus d'émission d'obligations communautaires
- 4** Études de cas: récits de différentes émissions d'obligations communautaires
- 5** Glossaire, références et ressources

Ce guide a pour intention de baliser et de faciliter l'usage des obligations communautaires par les entreprises d'économie sociale. L'ambition sous-jacente est bien entendu qu'un plus grand nombre d'entreprises d'économie sociale utilise cet outil financier, mais aussi que toute la démarche soit, au-delà du cadre légal, basée sur des pratiques exemplaires. Une émission réussie sera celle qui se terminera par un remboursement des obligations.

Avis d'exclusion de responsabilité.

Le TIESS exclu sa responsabilité et celle de ses préposés pour tous préjudices matériels causés à quiconque en lien avec le présent document et l'utilisation de celui-ci. Les informations contenues dans ce document sont fournies par le TIESS à titre indicatif seulement. Elles sont basées notamment sur des dispositions légales qui peuvent être différentes au moment de la lecture de ce document voire même inapplicables ou non-conforme à la situation du lecteur. Les services d'un professionnel, avocat, comptable professionnel agréé ou autre, sont recommandables en vue de l'émission ou de la souscription d'obligations communautaires.



TABLE DES MATIÈRES

Livret 1 - Tour d'horizon des obligations communautaires	4
• Contexte d'émergence	6
• Obligations communautaires	9
• Cadre légal	13
• Principales caractéristiques	17
• Pourquoi émettre des obligations ?	23
• Obligations, parts, financement participatif	26
• Conclusion	28
• Exemples d'émission	29
Livret 2 - Grille d'analyse des prérequis pour réussir une émission d'obligations communautaires	30
• Pourquoi émettre des obligations communautaires ?	34
• Les prérequis sont-ils réunis ?	37
• Prêt ?	51
Livret 3 - Étapes du processus d'émission d'obligations communautaires. 5 moments clés	53
• Planification	56
• Conception	59
• Émission	84
• Gestion	86
• Renouvellement ou remboursement	87
Livret 4 - Études de cas : récits de différentes émissions d'obligations communautaires	89
• Le Grand Costumier	91
• Le Bâtiment 7	95
• Le Cinéma du Parc	99
• Le Théâtre Empress	103
• Revue de presse	106
Livret 5 - Glossaire, références et ressources	108
• Glossaire	109
• Références	111
• Ressources	112
Contexte de réalisation du guide	113
À propos du TIESS et contributions	114



LIVRET

1

Tour d'horizon des obligations communautaires

AVANT-PROPOS

Ce premier livret fait un tour d'horizon des obligations communautaires afin de bien comprendre cet outil de financement et de mobilisation, ses contraintes légales, ses caractéristiques, son potentiel et ses limites.

Pour aider le lecteur:



À noter:

Quelques lignes sont proposées pour obtenir de l'information complémentaire.



À retenir:

Les principaux éléments d'une section sont résumés.



Glossaire:

Les mots suivis d'un astérisque sont explicités dans le **glossaire** dans le livret 5.

1

Contexte d'émergence

La convergence entre les besoins des entreprises d'économie sociale, les attentes de l'écosystème financier et les aspirations citoyennes

Comme toute entreprise en phase de pré-démarrage, démarrage ou développement, les **entreprises d'économie sociale** (coopératives et organismes à but non lucratif – OBNL) ont besoin, en plus de leurs capitaux propres (soit les excédents cumulés par les activités marchandes), de capitaux à faible coût et sans conditions trop lourdes. Elles ont accès à plusieurs sources de financement externe¹:

- dons (philanthropie, financement participatif);
- subventions (issues de fonds de développement locaux, régionaux ou de fonds spécifiques);
- prêts (octroyés par les institutions financières traditionnelles ou consentis par les bailleurs de fonds de la finance solidaire²) et microcrédit³;
- parts (sociales ou privilégiées) pour les coopératives ou, plus méconnues jusqu'ici, obligations communautaires pour les OBNL.

Les coûts et modalités d'obtention de ces fonds dépendent souvent du risque perçu et, par extension, du niveau de confiance des financeurs. Or, ceux qui font confiance en premier lieu aux entreprises d'économie sociale ce sont leurs utilisateurs, leurs clients, leurs membres, leurs partenaires. En somme, il s'agit de leur communauté de soutien qui adhère aux valeurs et à la mission de l'entreprise et qui bénéficie directement de son existence.

Les entreprises d'économie sociale québécoises bénéficient d'un **écosystème financier** structuré, adapté à l'économie sociale et prêt à investir dans des projets solides. Mais qui dit projets solides dit projets déjà en partie financés et surtout, témoignant d'un fort ancrage. Un bailleur de fonds souhaitera avoir les preuves que l'organisation est soutenue par sa communauté, ses membres, ses utilisateurs. Ce soutien confirme la pertinence des services ou produits offerts, reflète l'adhésion à la mission et contribue à sécuriser les bailleurs de fonds.

Quant aux **citoyens**, ils manifestent une volonté croissante d'investir leur épargne dans des entreprises ou des projets auxquels ils adhèrent et qui sont en phase avec leurs valeurs (sociales, environnementales, etc.). Les obligations communautaires s'inscrivent dans un mouvement plus large du développement de l'investissement à impact social⁴ et de la démocratisation de l'économie. Les citoyens souhaitent de plus en plus faire une différence en plaçant une partie de leur épargne dans des entreprises qui adoptent les principes du développement durable. Ils recherchent plus de transparence, moins d'intermédiaires, un contact direct avec les entreprises et un investissement dans l'économie réelle. Investir dans des entreprises d'économie sociale répond à ces aspirations citoyennes.

Dans ce contexte, les obligations communautaires constituent une opportunité de faire converger les aspirations citoyennes, les attentes de l'écosystème financier et les besoins des entreprises d'économie sociale.

1 *Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale*, 2^{ème} édition, CAP finance, 2017.

2 CAP Finance, réseau de la finance solidaire et responsable capfinance.ca.

3 Réseau du crédit communautaire du Québec : rqcc.qc.ca.

4 Éthiquette : ethiquette.ca/strategies/investissement-a-impact-social/.

Le principal atout des entreprises collectives : leur communauté



La principale force des entreprises d'économie sociale s'illustre par le lien social qu'elles entretiennent avec leur communauté et leur réseau. C'est cet ancrage qui explique un taux de survie deux fois supérieur aux entreprises traditionnelles. Les obligations communautaires permettent aux organismes à but non lucratif de traduire cet appui en terme financier en mobilisant des capitaux auprès des membres de leur communauté. Tout en maintenant la propriété collective, cette capitalisation contribue à la réalisation de la mission de l'entreprise d'économie sociale.

Les obligations communautaires ici et ailleurs

Les obligations communautaires apparaissent comme un outil novateur. En réalité, elles ne sont pas nouvelles, mais seulement peu utilisées au Québec.

Au Québec, les obligations communautaires

Depuis une quinzaine d'années, une poignée d'organismes à but non lucratif ont émis des obligations communautaires. C'est le cas du Centre récréatif *Au fil des ans* et de *Recyclo-Centre* à Sorel-Tracy, du Centre L'Assomption à Saint-Léonard d'Aston ou encore de la *Guilde du Pain d'épices* à Saint-Jean-de-Matha⁵. Cette pratique reste cependant méconnue et s'est très peu répandue.

En Ontario, les *community bonds*

En Ontario, les *community bonds* sont beaucoup plus développées. Contrairement à ce qui se fait au Québec, elles sont utilisées à la fois par des organismes à but non lucratif et des coopératives⁶. L'expansion des *community bonds* en Ontario peut, entre autres, s'expliquer par un écosystème financier moins développé (laissant aux entreprises d'économie sociale plus de besoins de capitaux non comblés) et une culture plus propice à l'investissement. Le *Center for social innovation* (CSI) a été l'un des pionniers de cette pratique et a favorisé

son utilisation en produisant un guide⁷ sur son expérience. On peut nommer également l'expérience de *West End Food Co-op*, *Solar Share*, *Zoo Share*, *Innovation Work London* ou encore *10 Carden Community*⁸.

Au Royaume-Uni, les *community shares*

Au Royaume-Uni, les *community shares* peuvent être émises par les coopératives et les sociétés de bénéfices communautaires (y compris organismes de bienfaisance).

En France, les titres participatifs et les titres associatifs

Les titres participatifs et les titres associatifs sont des titres de créances créés respectivement en 1983 et 1985 et revalorisés par la Loi relative à l'économie sociale et solidaire en 2014. Les titres associatifs peuvent être émis par des associations (exerçant une activité économique effective depuis au moins 2 ans) auprès d'investisseurs qualifiés* seulement. Les titres participatifs sont réservés aux coopératives, sociétés anonymes (SA) ou sociétés à responsabilité limitée (SARL), aux mutuelles et aux institutions de prévoyance.

5 Voir 8. Exemples d'émissions d'obligations communautaires au Québec et en Ontario.

6 Les coopératives ontariennes ne sont pas soumises à la même réglementation qu'au Québec.

7 The Community Bond - An Innovation in Social Finance, CSI: communitybonds.ca.

8 Voir 8. Exemples d'émissions d'obligations communautaires au Québec et en Ontario.



CONTEXTE D'ÉMERGENCE À RETENIR

- L'émission d'obligations communautaires constitue une réponse aux :
 - besoins des entreprises de diversifier leurs sources de financement et de mobiliser leur communauté,
 - attentes de l'écosystème financier d'appuyer des projets solides et ancrés dans leurs communautés,
 - aspirations citoyennes à investir et à s'investir dans des projets en phase avec leurs valeurs.
- Le principal atout des entreprises d'économie sociale: leur communauté.
- Une pratique développée à travers le monde, mais peu répandue au Québec.

2

Obligations communautaires

Définition

Les obligations communautaires sont des titres de créances* ; elles sont accessibles à tout type d'investisseurs et émises par des organismes à but non lucratif.

Autrement dit

Les obligations communautaires sont un prêt de la communauté de soutien (utilisateurs, clients, membres, partenaires, etc.) à un organisme à but non lucratif pour lui permettre de réaliser un projet, contribuer à sa mission et servir sa communauté.

Les obligations communautaires font partie du marché dispensé* et ne sont donc pas encadrées par l'Autorité des marchés financiers (AMF)*.

Les caractéristiques de ces titres sont déterminées par le conseil d'administration.

- Comme toutes obligations, les obligations communautaires comportent les caractéristiques suivantes : un prix d'émission (une valeur nominale*), une durée (terme ou échéance*), une rémunération (un taux d'intérêt* ou coupon*, assujetti à l'impôt) et un capital remboursable à échéance.

- Aussi, selon les modalités déterminées lors de l'émission, les obligations communautaires peuvent être transférables (revendues), rachetables avant terme (par l'organisme) ou renouvelables à l'échéance (conservées par l'investisseur).

Les obligations communautaires ont la particularité également d'être accessibles à tous :

- investisseurs, qualifiés* ou non ;
- personnes physiques (membres, sympathisants, citoyens, utilisateurs, clients, employés, administrateurs, famille/amis des employés ou des administrateurs, etc.) ;
- personnes morales (organismes à but non lucratif, coopératives, entreprises privées, fondations, clubs d'investisseurs, etc.).

Les obligations communautaires sont des outils financiers sans intermédiaire.

- Par ailleurs, l'AMF interdisant le courtage rémunéré sur ces titres, la transaction se fait nécessairement directement entre l'entreprise et l'investisseur.
- Les obligations communautaires constituent un modèle d'investissement participatif⁹ permettant à des individus, à une communauté de soutenir, directement, des projets qui lui tiennent à cœur.



⁹ Voir la distinction entre obligations communautaires (que l'on peut qualifier d'investissement participatif) et financement participatif (que l'on nomme également sociofinancement ou *crowdfunding*), à la page 26.



À NOTER

Une obligation est un titre de créance représentant la part d'un emprunt effectuée par une entreprise, un État, un organisme. Une obligation représente donc une partie des capitaux que l'entreprise, l'État ou l'organisme a empruntée.

L'émetteur est celui qui propose au public un emprunt. Il émet un titre de créance contre un prêt d'argent. L'émetteur emprunte des fonds à des individus, des organismes ou des entreprises.

Le souscripteur s'engage à contribuer financièrement, à acquérir une ou des obligations, à prêter des fonds à une entreprise, à l'État ou à un organisme. Le détenteur (que l'on peut également nommer porteur) d'obligations devient créancier de l'entreprise, l'État, ou l'organisme qui a émis l'obligation. Le détenteur d'obligations détient la reconnaissance d'une dette que l'émetteur s'engage à rembourser à une échéance convenue.

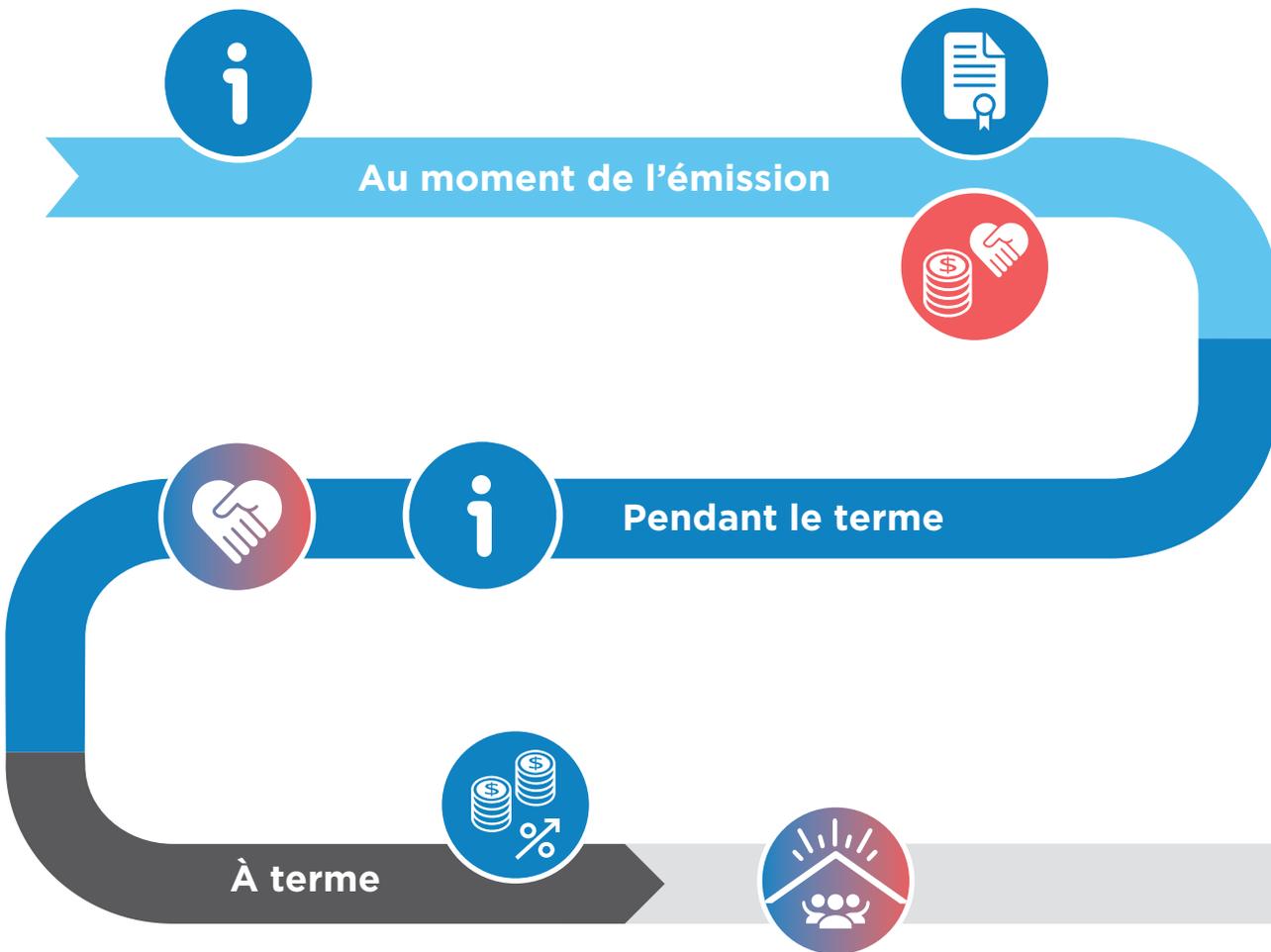
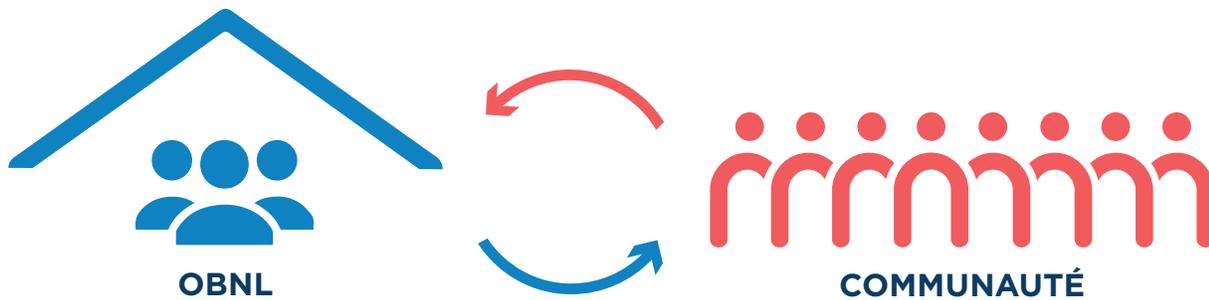
Le souscripteur est celui qui souscrit des obligations et s'engage à prêter des fonds. Il peut aussi être appelé « détenteur d'obligations », « créancier » ou encore « investisseur solidaire ». C'est la même personne à différentes étapes du processus.

- Détenteur d'obligations: celui qui détient des obligations.
- Créancier: celui qui a prêté des fonds, envers lequel l'organisme a une dette.
- Investisseur solidaire: celui qui a prêté des fonds, qui a investi, solidairement, dans l'organisme.



Comment ça marche ?

- Un OBNL a un projet à financer. Il souhaite demander à ses utilisateurs, clients, membres, partenaires (sa communauté) de le soutenir financièrement, d'accepter de lui prêter un montant pour une certaine période. Suite à une analyse concluante, l'organisme émet les obligations communautaires.
- Les membres de la communauté prennent connaissance des conditions d'émission, adhèrent au projet et souscrivent des obligations. En échange de la somme prêtée, l'organisme émetteur remet un certificat à chaque souscripteur.
- Pendant toute la durée du terme, l'organisme émetteur tiendra informés les détenteurs d'obligations de l'avancée du projet et de l'emploi des fonds. Les détenteurs d'obligations deviennent partenaires de l'organisme.
- À échéance, l'organisme émetteur remettra les intérêts aux détenteurs d'obligations et remboursera le capital.
- La réussite de l'émission d'obligations communautaires aura permis à l'organisme de réaliser son projet tout en contribuant à son rayonnement. Les membres de la communauté auront fait fructifier une partie de leur épargne au service d'un OBNL.



● De l'OBNL
vers la communauté

● De la communauté
vers l'OBNL

Les organismes à but non lucratif, constitués légalement en vertu de la Loi sur les compagnies, partie III, peuvent émettre des obligations et sont dispensés, par la Loi sur les valeurs mobilières, de produire un prospectus* et de s'inscrire comme courtiers*, à condition qu'aucun intermédiaire ne se rémunère sur la vente ou l'achat de ces obligations. C'est dans ce cadre qu'il s'agit d'obligations communautaires.

Ce que la loi en dit

La Loi sur les compagnies, partie III¹⁰

«Les administrateurs peuvent, lorsqu'ils le jugent opportun et s'ils y sont autorisés par un règlement approuvé par les membres, réunis en assemblée spéciale convoquée à cette fin, aux deux tiers au moins des voix, émettre des obligations et autres valeurs et les donner en garantie ou les vendre pour les prix et sommes jugés convenables.» (Loi sur les compagnies, partie III, Art. 8, 77 et 225).

Autrement dit

Un règlement adopté par les membres doit approuver la proposition du conseil d'administration d'émettre des obligations communautaires. L'adoption de ce règlement permet à l'organisme d'émettre des obligations communautaires.

Émettre des obligations communautaires doit être compatible avec les objets pour lesquels l'organisme a été constitué. À ce titre, il est recommandé d'intégrer également la mention dans les lettres patentes de l'organisme.

Une fois le règlement adopté et/ou la mention incluse dans les lettres patentes, les conditions spécifiques de chaque émission d'obligations communautaires devront être adoptées par résolution du conseil d'administration.

La Loi sur les valeurs mobilières, Article 3, paragraphe 3¹¹

Différentes « formes d'investissement sont dispensées de l'application des titres II à VIII » de la Loi sur les valeurs mobilières, c'est le cas des « titres émis par une personne morale à but non lucratif, à condition que le placement des titres n'entraîne aucune rémunération. » Ainsi, les OBNL sont notamment dispensés de produire un prospectus* (Titre II « Appel public à l'épargne ») et de s'inscrire comme courtier* (Titre V « Inscription »). (Loi sur les valeurs mobilières, Article 3, paragraphe 3).

10 C-38 — Loi sur les compagnies, Partie III, legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/C-38.

11 V-1.1 — Loi sur les valeurs mobilières, legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/V-1.1.

Une prise de décision éclairée des souscripteurs, une responsabilité des émetteurs

Dans le cadre de l'exemption de prospectus lié au caractère non lucratif de l'émetteur, celui-ci n'est tenu de rédiger ni prospectus* ni notice d'offre*.

En vertu de l'article 264 de la Loi sur les valeurs mobilières, le Tribunal administratif des marchés financiers* (TMF) peut cependant retirer ce privilège à un organisme et refuser le bénéfice de la dispense en cas d'abus, soit :

« L'usage excessif ou déraisonnable de la dispense de prospectus et le fait que les dispenses ne doivent en aucun cas servir à omettre ou cacher un fait important concernant la personne morale ou les obligations » (Avis juridique, Cabinet Sylvestre Fafard Painchaud Avocats, août 2016).

Autrement dit

Si le TMF juge que l'organisme a omis ou caché des faits importants, la dispense de prospectus peut lui être refusée, a posteriori.

Afin de privilégier une relation de transparence et de confiance avec les membres de sa communauté et de se protéger d'éventuelles réclamations, il est important de fournir toutes les informations utiles à une prise de décision éclairée par les souscripteurs.

Dans l'esprit du prospectus* (document légal qui vise à renseigner les investisseurs pour les aider à prendre des décisions de placement éclairées), ces informations sont contenues dans différents documents qui énoncent clairement les conditions d'émission et fournissent des renseignements détaillés sur les titres offerts (notamment les risques) ainsi que sur les activités de l'émetteur, sa direction et sa situation financière. La [trousse de l'investisseur*](#) comprend :

- un document d'information,
- un sommaire des conditions d'émission,
- un formulaire de souscription,
- et un certificat d'obligation.



À NOTER

Un prospectus est un document légal et détaillé qu'un émetteur doit généralement produire pour pouvoir émettre des titres au grand public. Le prospectus vise à renseigner les investisseurs pour les aider à prendre des décisions de placement éclairées. Le prospectus doit, en vertu de la Loi sur les valeurs mobilières, présenter un exposé complet, véridique et clair de tous les faits importants ayant trait aux titres qui seront émis. Le prospectus doit être approuvé par l'Autorité des marchés financiers. L'étape de rédaction et d'approbation peut être longue et coûteuse pour les émetteurs qui ont besoin de capitaux, c'est pourquoi la réglementation sur les valeurs mobilières allège les obligations relatives au prospectus sous certaines conditions ; c'est le cas pour les organismes à but non lucratif.

La trousse de l'investisseur a les mêmes objectifs que le prospectus, mais ne doit être ni déposée ni approuvée par l'AMF. L'organisme élabore la trousse de l'investisseur pour s'assurer que l'ensemble des faits nécessaires à une prise de décision éclairée de l'investisseur est exposé. L'ampleur de la trousse de l'investisseur (notamment le document d'information) peut être fonction de l'envergure de l'émission.

Comment proposer les obligations communautaires à sa communauté ?

L'organisme émetteur, en raison de son caractère non lucratif, est dispensé par la Loi sur les valeurs mobilières de s'inscrire comme courtier. Il lui est cependant possible d'exercer tout acte (incluant publicité, démarchage, etc.) visant la réalisation du placement du titre, dans la mesure où :

- l'organisme émetteur n'offre aucun conseil en placement à ses investisseurs ;
- le placement des titres (soit la transaction liée à la vente/achat des obligations) n'entraîne aucune rémunération.

Autrement dit

L'organisme qui émet des obligations n'est aucunement autorisé à offrir un conseil en placement ou en finance personnelle: l'individu doit prendre sa décision de manière autonome, en connaissance de cause et doit, pour ce faire, disposer de toute l'information nécessaire à sa prise de décision.

Il est impossible pour un organisme émetteur de faire appel à un intermédiaire, par exemple, un courtier rémunéré pour assurer la vente des titres. En revanche, rien ne l'empêche d'affecter du personnel de l'organisme pour gérer l'émission d'obligations et la vente des titres. Par ailleurs, il est impossible pour un souscripteur de rémunérer un gestionnaire de portefeuille (un représentant du souscripteur) pour souscrire une obligation communautaire.





CADRE LÉGAL À RETENIR

- Les obligations communautaires sont un prêt, matérialisé par des titres de créances qui constituent la reconnaissance de dette.
- Elles peuvent uniquement être émises par des organismes à but non lucratif, constitués légalement en vertu de la Loi sur les compagnies, partie III (article 77).
- Les obligations communautaires sont accessibles à tout type d'investisseurs, personnes morales ou physiques, investisseurs qualifiés* ou non.
- L'émission d'obligations se fait par résolution du conseil d'administration et doit être compatible avec les objets pour lesquels l'organisme a été constitué.
- Les OBNL sont dispensés de produire un prospectus et de s'inscrire comme courtier, mais le placement des obligations ne doit entraîner aucune rémunération, en vertu de l'article 3 de la Loi sur les valeurs mobilières.
- En cas d'abus, l'octroi de cette dispense peut être retiré par le Tribunal administratif des marchés financiers.
- L'entreprise a donc la responsabilité de fournir toute information permettant une prise de décision éclairée et de préciser toutes les conditions d'émission des obligations communautaires (trousse de l'investisseur*).
- L'entreprise peut exercer tout acte visant le placement des titres dans la mesure où le placement n'entraîne aucune rémunération.

4

Principales caractéristiques des obligations communautaires

L'ensemble des caractéristiques des obligations communautaires est plus longuement développé dans le [livret 3 - étapes du processus d'émission des obligations communautaires](#).

Des caractéristiques semblables à toute autre obligation

Les conditions d'émission des obligations communautaires sont déterminées par le conseil d'administration en amont d'une émission. Les obligations communautaires possèdent toutes :

- une valeur nominale (par exemple : 500 \$, 1000 \$, 5000 \$, etc.),
- une échéance* (par exemple : 5 ans, 7 ans, 10 ans),
- un taux d'intérêt* (simples ou composés, assujettis à l'impôt, etc.),
- une valeur maximale par souscripteur.

Modalités de transfert, rachat avant terme et renouvellement

Le conseil d'administration détermine également les modalités de transfert, de rachat avant terme, de renouvellement à terme et de remboursement des intérêts et du capital. Ces caractéristiques rendent les titres plus ou moins liquides (disponibilité du capital en tout temps) pour les détenteurs d'obligations.

Modalités de transfert

L'organisme émetteur peut permettre ou non le transfert (c'est-à-dire la revente) d'obligations à un nouvel investisseur avant terme. La transférabilité du titre augmente sa liquidité pour les investisseurs et peut le rendre ainsi plus attractif.

Autrement dit

Si l'organisme émetteur le permet, le détenteur d'une obligation, qui a besoin de liquidités pour une raison ou une autre avant la fin du terme, peut transférer son obligation à un autre investisseur.

Dans le cas où il autorise le transfert, l'organisme coordonne cette transaction, la valeur de l'obligation reste la même et l'organisme inscrit dans le registre des obligataires les informations concernant le nouveau détenteur de l'obligation.

Modalités de rachat avant terme

L'organisme émetteur peut permettre le rachat avant terme ou non ; cela dépend de sa capacité financière à rembourser le détenteur d'obligations avant l'échéance.

Modalités de renouvellement

L'organisme détermine les modalités de renouvellement des obligations au moment de l'émission. Le plus souvent, le souscripteur est informé quelque temps avant la fin de l'échéance et est appelé, s'il le souhaite, à renouveler son investissement.

Modalités de remboursement des intérêts et du capital

Les modalités de remboursement des intérêts et du capital doivent être déterminées au moment de l'émission :

- Le remboursement des intérêts peut se faire annuellement ou à échéance. Les intérêts peuvent être simples ou composés*.
- Le remboursement du capital se fait à échéance.

En écho à l'article 38 de la Loi sur les coopératives¹² relative aux modalités de remboursement des parts, afin d'éviter de fragiliser l'organisme, il est recommandé de lier le remboursement des obligations

à la santé financière de l'organisme et de préciser que les détenteurs d'obligations ne pourront être remboursés :

- si l'organisme est insolvable ou le deviendrait suite à ce remboursement ;
- si le conseil d'administration démontre que le remboursement des obligations communautaires est susceptible de porter atteinte à la stabilité financière de l'organisme ;
- si l'organisme ne peut satisfaire à ses engagements auprès des tiers qui lui accordent une aide financière, en raison du remboursement des obligations communautaires.

Les garanties

Les obligations communautaires sont généralement non garanties*.

Aussi, elles se situent au dernier rang des remboursements (le remboursement des détenteurs d'obligations est subordonné à celui des créanciers dits ordinaires).

Autrement dit

Dans la grande majorité des cas, rien ne garantit le remboursement des détenteurs d'obligations. Aussi, les détenteurs d'obligations sont les derniers créanciers à être remboursés en cas de dissolution de l'organisme.

Si les obligations sont garanties, une copie de l'acte de fiducie* doit être envoyée à tout porteur d'obligation, sur demande (Loi sur les compagnies, partie III, art. 78).

Les obligations communautaires peuvent donc être considérées comme risquées pour l'investisseur. Souscrire à des obligations communautaires est un geste solidaire et manifeste la volonté de soutenir un projet, une mission. La motivation devrait aller au-delà de la recherche d'un rendement financier.

12 legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/C-67.2.

Des stratégies pour sécuriser les détenteurs d'obligations et gérer les risques

Au-delà de la motivation des investisseurs et du caractère résilient des entreprises d'économie sociale qui font face avec vigueur aux crises et difficultés conjoncturelles, différentes stratégies doivent être déployées par l'organisme émetteur pour réduire les risques, se donner les moyens de rembourser ses créanciers et rassurer les investisseurs. Ces stratégies, communiquées aux souscripteurs à travers la trousse d'investisseur incluent :

- la constitution d'un fonds de prévoyance par l'organisme qui y dépose progressivement les sommes nécessaires au remboursement des détenteurs d'obligations arrivées à échéance ;
- une capacité d'emprunt résiduelle liée notamment à la détention d'actifs (par exemple, immobiliers) ;
- un modèle d'affaires qui permet de générer suffisamment de surplus pour assurer le remboursement à terme ;
- la mobilisation de nouveaux investisseurs (une liste d'attente de futurs investisseurs).

Une dette pour le comptable, de l'équité pour l'analyste financier

Même si, d'un point de vue comptable, les obligations communautaires sont inscrites comme une dette, elles devraient être considérées, sous certaines conditions par l'écosystème de la finance solidaire, comme de l'équité.

Il est donc important de distinguer ces deux traitements : le traitement comptable et celui de l'analyse financière.

- D'un point de vue comptable, les obligations communautaires sont inscrites comme de la dette* (dans le bilan, le plus souvent, passif long terme selon l'échéance).

- Du point de vue de l'analyse financière et conformément au Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale¹³, les obligations communautaires seront considérées comme de l'équité* dans la mesure où leur remboursement est subordonné à celui des créanciers dits ordinaires.

Ainsi, dans ces conditions, les obligations communautaires constituent une opportunité pour les organismes à but non lucratif de mobiliser du financement assimilable à de l'équité.



À NOTER

Le terme « équité* » est largement répandu, mais est un anglicisme. Les expressions françaises sont plutôt « fonds propres » ou « capitaux propres » ou « actif net ». L'équité est le solde résiduel d'une organisation, après déduction de ses passifs ; autrement dit, c'est la portion des actifs totaux qui a été financée par l'entreprise ou ses membres. (*Définition issue du guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, CAP Finance, 2017*)

13 Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, 2^e édition, CAP Finance, 2017, fonds-risq.qc.ca.

D'un point de vue fiscal pour l'investisseur

Acheter une obligation est un placement dont les revenus (intérêts) sont assujettis à l'impôt. Le versement des intérêts doit donc faire l'objet d'une déclaration au ministère du Revenu des deux paliers de gouvernement. L'organisme émetteur devra remettre aux souscripteurs au moment du paiement des intérêts le formulaire R-3 Revenus de placement au niveau provincial et le formulaire T-5 État de revenus de placement au niveau fédéral.

Aussi, puisque c'est un placement et non un don, il n'y a pas d'avantage fiscal pour le souscripteur d'obligations communautaires, sauf dans deux situations :

- Si le détenteur décide de donner intérêt et/ou capital (soit convertir son prêt en don) à un OBNL émetteur reconnu organisme de bienfaisance¹⁴ ou organisme culturel ou de communication enregistré (OCCE)¹⁵

Les dons à des organismes de bienfaisance permettent aux individus de bénéficier d'un crédit d'impôt accordé par le gouvernement fédéral (crédit d'impôt non remboursable de 15% pour les premiers 200\$ et de 29% pour l'excédent) et le gouvernement provincial du Québec (crédit d'impôt non remboursable de 20% pour les premiers 200\$ et de 24% pour l'excédent) et aux sociétés de bénéficier d'une déduction de leur revenu imposable.

Le statut d'OCCE, délivré par le ministère du Revenu du Québec, sur recommandation du ministère de la Culture et des Communications, offre l'opportunité de délivrer des reçus fiscaux aux donateurs qui bénéficient d'un crédit d'impôt accordé par le gouvernement provincial et permet d'inscrire l'organisme au programme Mécénat Placements Culture.

- Si les obligations communautaires émises par l'organisme émetteur sont admissibles aux placements enregistrés (REER-CELI)

Légalement, les obligations communautaires sont admissibles aux placements enregistrés (REER-CELI), sous certaines conditions, notamment si :

«Le titre de créance est entièrement garanti par une hypothèque, une sûreté ou un instrument semblable relatif à un bien immeuble ou réel situé au Canada, ou le serait n'était une diminution de la juste valeur marchande du bien qui s'est opérée après l'émission du titre de créance».¹⁶ (Article 4900 (1) j) du règlement de l'impôt sur le revenu)

Cependant, aucune institution financière québécoise n'a, en date de juillet 2017, administré des obligations au sein d'un placement enregistré.

L'intérêt de l'admissibilité des obligations communautaires aux placements enregistrés (REER-CELI) est, pour l'investisseur, une déduction d'impôt liée au placement et, pour l'organisme émetteur, l'accès à des capitaux importants des épargnants québécois.

¹⁴ cra-arc.gc.ca/bienfaisanceetdons/ et montrealartsaffaires.org.

¹⁵ mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=3027 et montrealartsaffaires.org.

¹⁶ Règlement de l'impôt sur le revenu, Article 4900 (1) j): laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/C.R.C.%2c_ch._945/page-62.html?txthl=4900#s-4900.

Gouvernance

Souscrire des obligations communautaires ne confère pas en soi de droit associatif: si un membre d'un organisme à but non lucratif souscrit des obligations communautaires, il a un droit de vote en sa qualité de membre et non en sa qualité de souscripteur, et ce, quel que soit le montant d'obligations communautaires détenues. À l'inverse, si un souscripteur d'obligations n'est pas membre de l'organisation, il n'aura pas de droit de vote.

Information continue

Il est important que les organismes émetteurs informent en continu les détenteurs d'obligations, devenus parties prenantes de l'organisation, des partenaires qui ont posé un geste de soutien et de confiance envers le développement de l'organisation.

L'organisme inscrit les noms et coordonnées des détenteurs d'obligations dans un registre*. Chaque année, sous diverses formes privilégiées par l'organisme, des retours sur l'état d'avancement du projet, l'emploi des fonds et les perspectives de développement doivent être réalisés auprès des détenteurs d'obligations pour s'assurer de maintenir le lien entre l'organisme émetteur et les investisseurs solidaires.





PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES À RETENIR

- Des titres de créances: une valeur nominale, une échéance, un taux d'intérêt, une valeur maximale.
- Des modalités de transfert et de rachat avant terme qui influent sur la disponibilité des fonds (liquidité) de l'investisseur.
- Des titres renouvelables à échéance.
- Un remboursement subordonné à celui des créanciers dits ordinaires (de dernier rang).
- Des conditions de remboursement souples et liées à la santé financière de l'organisme.
- Un investissement généralement non garanti.
- Des stratégies de remboursement pour réduire les risques.
- Une dette pour le comptable, de l'équité pour l'analyste financier.
- Pour l'investisseur: pas d'avantages fiscaux pour ce placement à moins que l'émetteur soit reconnu comme un organisme de bienfaisance ou un organisme culturel et de communication et que l'investisseur décide de donner ses revenus d'intérêts, voire son capital.
- Des avantages fiscaux pour l'investisseur si les obligations communautaires sont intégrées à des placements enregistrés (REER-CELI).
- Les obligations communautaires ne donnent pas de droits particuliers dans la gouvernance de l'organisme.
- L'organisme émetteur doit tenir informés ses investisseurs devenus des partenaires pendant la durée du terme.



5

Pourquoi émettre des obligations communautaires ?

Pour les organismes émetteurs

Des opportunités

1. Un outil de financement

- Les obligations communautaires permettent de mobiliser de nouveaux capitaux privés, considérés comme de l'équité (du point de vue de l'analyste financier);
- C'est un outil de financement flexible. Le conseil d'administration détermine les conditions des obligations en fonction des besoins de l'organisation, de sa capacité de remboursement et du profil de ses investisseurs;
- Les obligations communautaires offrent, généralement, des taux d'intérêts inférieurs à ceux du marché.
- Elles bénéficient de conditions de remboursement souples, liées à la santé financière de l'organisation;
- La réussite d'une émission d'obligations communautaires peut produire un effet levier auprès d'autres bailleurs de fonds qui constatent le fort ancrage du projet dans sa communauté;
- Les obligations communautaires contribuent à consolider la viabilité du projet.

2. Un outil de mobilisation

- L'émission d'obligations communautaires contribue au développement d'un fort lien d'appartenance des membres de la communauté (utilisateurs, clients, membres, partenaires) envers l'organisme, le projet et les valeurs véhiculées;
- Elles renforcent l'ancrage territorial et/ou social du projet;
- La réussite d'une émission concrétise un appui direct au projet, un geste solidaire allant au-delà du don et du bénévolat;

- Tout en stimulant une relation partenariale, émettre des obligations communautaires n'intervient pas dans la gouvernance de l'organisme.

Des limites

1. Une dette à rembourser

Même si elles sont considérées comme de l'équité, les obligations communautaires sont, d'un point de vue comptable, une dette à rembourser. Des stratégies doivent être employées pour assurer le remboursement à échéance.

2. Le temps et les coûts liés à l'émission à ne pas négliger

Le temps et les coûts associés à la conception, la vente et la gestion des obligations doivent être évalués et considérés dans le coût généré par l'émission d'obligations.

3. Un devoir d'information et de transparence

Même si les obligations communautaires bénéficient d'une dispense de prospectus et d'inscription comme courtier et que le conseil d'administration détermine les conditions d'émission, un devoir de transparence est nécessaire envers l'investisseur. Cela se traduit par la documentation fournie aux souscripteurs, la trousse de l'investisseur (document d'information, sommaire des conditions, formulaire de souscription).

Pour les investisseurs solidaires

Des opportunités

1. Une opportunité de placement en phase avec leurs valeurs

Les obligations communautaires offrent une opportunité aux investisseurs de placer une partie de leur épargne dans une entreprise avec laquelle ils partagent des valeurs, une opportunité d'investir dans l'économie réelle.

2. Une nouvelle relation avec les entreprises d'économie sociale

Souscrire et détenir des obligations communautaires d'un organisme à but non lucratif, que l'on soit membre ou non, se fait sans intermédiaire, en relation directe avec l'entreprise, son dirigeant, son conseil d'administration. Sans avoir plus de droits que tout autre membre, l'investisseur devient partie prenante du devenir de l'organisme, développe une relation privilégiée avec l'entreprise et un fort sentiment d'appartenance.

3. Un geste solidaire

Au-delà d'une attente de rendement financier, c'est avant tout un geste solidaire qui est posé par les investisseurs, membres de la communauté de soutien.

Des limites

1. Du capital de risque

Souscrire des obligations communautaires, c'est acquérir du capital de risque, et cela ne constitue pas une épargne garantie. Ce sont des titres souvent peu liquides, non garantis, de dernier rang et dont le remboursement est conditionnel à la santé financière de l'organisme.

2. Une autonomie et une vigilance dans la prise de décision, basée sur la confiance

Souscrire des obligations nécessite une certaine autonomie dans la gestion de ses finances personnelles. L'organisme n'étant autorisé à offrir aucun conseil en placement. Chaque investisseur est autonome dans sa prise de décision. Il doit avoir lu l'ensemble des documents, avoir pris connaissance des risques et prendre ainsi sa décision de manière éclairée. La relation entre l'investisseur et l'organisme émetteur est basée sur la confiance, mais nécessite une certaine vigilance de l'investisseur qui n'est pas accompagné dans ce processus par un conseiller financier.

3. Un rendement avant tout social

La recherche d'un rendement financier sur le capital ne devrait pas être l'unique raison qui motive une personne à souscrire des obligations communautaires. L'apport financier généré par les obligations communautaires doit permettre à l'organisme de réaliser sa mission.



POURQUOI ÉMETTRE DES OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES? À RETENIR

Pour les organismes émetteurs

OPPORTUNITÉS	LIMITES
Une diversification des sources de financement	Ne remplace pas les autres types de financement
Mobilisation de nouveaux capitaux privés (équité)	Une dette à rembourser
Des conditions de remboursement souples	Nécessite des stratégies pour assurer le remboursement et réduire le risque
Des taux d'intérêt qui peuvent être peu élevés	Des frais à ajouter liés à la conception, la vente et la gestion des obligations
Un apport de la communauté de soutien, un lien direct, une nouvelle relation dans la durée (au-delà du don et du bénévolat)	Une gestion des investisseurs qui peut devenir lourde pour des campagnes d'envergure
Un gage de solidité, un effet levier auprès d'autres bailleurs de fonds	

Pour les investisseurs solidaires

OPPORTUNITÉS	LIMITES
Une opportunité d'investissement (solidaire et responsable) dans un projet qui leur tient à cœur	Des titres le plus souvent non garantis (risque) et peu liquides
Un lien direct avec l'entreprise soutenue	Une vigilance nécessaire (l'organisme n'offre pas de conseil en placement); lire les documents et prendre connaissance des risques
Une satisfaction de soutenir un organisme autrement qu'à travers le don et le bénévolat (geste solidaire)	La première motivation ne doit pas être le rendement financier

6

Obligations communautaires, parts privilégiées et financement participatif

Distinction entre les obligations communautaires et les parts privilégiées

	PARTS PRIVILÉGIÉES	OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES
SIMILITUDES	<ul style="list-style-type: none"> • Outils de capitalisation destinés aux entreprises d'économie sociale • Considérées comme de l'équité du point de vue de l'analyse financière • Lien direct avec la communauté • Mobilisation et appui d'une communauté qui partage valeurs, intérêts, besoins, etc. • Pas d'intervention dans la gouvernance (à moins que le souscripteur soit membre; 1 membre = 1 vote) 	
DIFFÉRENCES	PARTS PRIVILÉGIÉES	OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES
Statut de l'organisme émetteur	Coopératives	Organismes à but non lucratif
Cadre légal	Loi sur les coopératives	Loi sur les compagnies, Part. III
Dispense de prospectus et d'inscription comme courtier	Article 3, paragraphe 5 de la Loi sur les valeurs mobilières (LVM)	Article 3, paragraphe 3 de la Loi sur les valeurs mobilières (LVM)
Membres / Non membres	Part privilégiée: membres Part privilégiée participante: non membres	Pour les membres et non membres
Avantages fiscaux pour les investisseurs	Avantage fiscal lié au Régime d'investissement coopératif (RIC) sous certaines conditions	Aucun avantage fiscal sauf si: admissible au REER ou organisme de bienfaisance (don des intérêts et du capital)
D'un point de vue comptable	Avoir des membres	Dettes
Remboursement	Formule souple de remboursement (Encadré par l'art. 38 de la Loi sur les coopérative)	Formule souple de remboursement (<i>Inspiré par l'art. 38 de la Loi sur les coopérative</i>)

Distinction entre les obligations communautaires et le financement participatif (en don)

		FINANCEMENT PARTICIPATIF EN DON ¹⁷	OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES
SIMILITUDES		<ul style="list-style-type: none"> • Lien direct avec la communauté • Mobilisation et appui d'une communauté qui partage valeurs, intérêts, besoins, etc. • Adapté à tout projet attractif suscitant l'adhésion de la communauté 	
DIFFÉRENCES		FINANCEMENT PARTICIPATIF EN DON ¹⁷	OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES
	Porteur	Groupe de citoyens, organisme communautaire, entreprise d'économie sociale, entreprise privée, travailleur autonome	Entreprise d'économie sociale qui a la capacité de rembourser (OBNL d'économie sociale)
	Type de contributions	Dons avec contreparties ou préventes	Investissement
	D'un point de vue comptable	Dons/revenus	Dettes
	Montant par contributeur	Montants en moyenne de 50 \$ / donateur	Montants allant de 200 \$ à plus de 1000 \$ par investisseur
	Nombre de contributeurs	Une foule (<i>crowdfunding</i>)	Un nombre plus restreint
	Utilisation plateforme web	Oui	Non En date de juin 2017.
	Type de communication	Large, notamment grâce aux réseaux sociaux	Ciblée et personnalisée
	Type de relation	Relation ponctuelle pendant la durée de la campagne, remerciements et envoi des contreparties	Relation de confiance qui s'inscrit dans la durée

¹⁷ Guide sur le financement participatif pour les entreprises d'économie sociale, 2017, TIESS.

7

Conclusion

Avant de se lancer dans une émission d'obligations communautaires, il est important de bien saisir cet outil financier, connaître les contraintes légales, mais également les prérequis pour qu'une émission d'obligations communautaires contribue à renforcer le lien avec ses clients, utilisateurs, membres et partenaires. Renforcer ce lien nécessite du réalisme, de la prudence et de la confiance. C'est pourquoi l'ensemble de ce guide s'attache à baliser la pratique d'émission d'obligations.

Avant d'émettre des obligations communautaires, il est donc nécessaire que l'équipe dirigeante et les administrateurs se questionnent et évaluent si l'organisme réunit les prérequis nécessaires pour émettre des obligations avec succès.

C'est ce à quoi s'attache le [Livret 2: Grille d'analyse des prérequis pour réussir une émission d'obligations communautaires](#).



8

Exemples d'émissions d'obligations communautaires
au Québec et en Ontario

	Statut	Secteur d'activité	Année émission	Stade de développement (au moment de l'émission)	Emploi des fonds (visé par les obligations)	Budget total du projet	Montant levé en obligations	Durée, période de vente	Conditions d'émission				Gestion des risques
									Terme	Valeur nominale	Taux d'intérêt	Rachat/transfert	
GRAND COSTUMIER Montréal, QC grandcostumier.com/ fr/appuyez-nous	OBNL	Culture, patrimoine	2016	Démarrage	Restauration d'une collection de costumes	20 000 \$	20 000 \$ (100%)	2 mois Oct. à nov. 2016	5 ans Max: 5000 \$ (25%)	2% composés Intérêts versés à échéance	Non rachetable avant terme Transférable après 3 ans	Fonds de prévoyance	
CINÉMA DU PARC Montréal, QC cinemaduparc.com/fr/ obligations	OBNL (OCCE)	Culture, cinéma	2017	Développement	Modernisation des salles	460 000 \$	150 000 \$ (32%)	3 mois Oct. à janv. 2017	5 ans Max: 10 000 \$ (10%)	2% Intérêts versés à échéance	Non rachetable avant terme Transférable après 3 ans	Fonds de prévoyance	
BÂTIMENT 7 Montréal, QC bâtiment7.org	OBNL	Immobilier, revitalisation quartier	2016	Prédémarrage	Phase de prédémarrage	150 000 \$	50 000 \$ (33%)	2 mois Nov. à déc. 2016	5 ans Max: 10 000 \$ (20%)	2% Intérêts versés à échéance	Non rachetable avant terme Transférable	Actif immobilier	
CENTRE RÉCRÉATIF AU FIL DES ANS Sorel-Tracy, QC centre.desaines.qc.ca	OBNL	Activités pour aînés	2002	Développement	Construction d'un boulo-drome	450 000 \$	40 000 \$ (11%)	2 fois deux semaines	5 ans Max: 500 \$ 2500 \$	6% Annuels	Transférable	ND	
GUILDE DU PAIN D'ÉPICES Saint-Jean-de-Matha, QC paindepice.org	OBNL (OB)	Éducation	2012	Développement	Construction de la Maison du pain d'épice	ND	40 000 \$	2 mois (été)	5 ans 500 \$	2%	ND	ND	
CENTRE L'ASSOMPTION Saint-Léonard-d'Aston, QC	OBNL	Résidence pour aînés	2012	Développement	Offre d'un nouveau service santé	150 000 \$	31 000 \$ (20%)	2 mois (mars-avril)	3 ans 500 \$ 1000 \$	0%	ND	Fonds de prévoyance	
CSI Toronto, ON socialinnovation.ca/ communitybond	OBNL	Espaces de travail et incubateur	2010	Démarrage	Acquisition de la première bâtisse	6,8 M \$	1,4 M \$	2 mois	5 ans 10 ans 15 ans	4% (composé) tx+1,75% tx+2,5%	ND	Actif immobilier	
			2013	Développement	Acquisition d'une 2 ^e bâtisse		4,3 M \$	3 mois	6 ans 6 ans 4 ans	3% 4% 4,5% versements mensuels)	ND	Actif immobilier	
SOLAR SHARE Toronto, ON solarbonds.ca	Coop	Énergie solaire	Depuis 2012, chaque année	Démarrage et développement	Équipement et développement d'affaires	37 M \$	37 M \$	Solar Share a réalisé plusieurs émissions à des conditions différentes. Pour en savoir plus: solarbonds.ca					
WEST END FOOD COOP Toronto, ON westendfood.coop	Coop	Alimentation	2009 et 2011	Développement	Inventaire	400 000 \$	200 000 \$ (50%)	5 ans	100, 500,	4%	ND	ND	
								10 ans	1000 \$ Max: 10 000 \$				
								En continu	500 \$	2,5%	ND	ND	



LIVRET

2

Grille d'analyse
des prérequis pour réussir
une émission d'obligations
communautaires





AVANT-PROPOS

Avant de lancer une émission d'obligations communautaires, il est nécessaire de prendre le temps de préciser les objectifs, d'évaluer si l'organisme réunit les prérequis pour réussir une émission, et de valider la pertinence de l'émission.

Réussir une émission d'obligations communautaires, ce n'est pas seulement réussir à vendre les obligations, c'est aussi gérer la relation avec les investisseurs dans le temps et les rembourser à terme. Cela repose donc à la fois sur :

- la solidité de la structure financière de l'organisme et sa capacité à minimiser les risques pour les investisseurs ;
- l'engouement suscité par le projet et la force de mobilisation ;
- la capacité de gérer sur le long terme la relation avec les investisseurs.

Pour rappel, le guide d'émission d'obligations communautaires est composé de 5 livrets :

- 1** Tour d'horizon des obligations communautaires
- 2** Grille d'analyse des prérequis pour réussir une émission d'obligations communautaires
- 3** Étapes du processus d'émission d'obligations communautaires
- 4** Études de cas : récits de différentes émissions d'obligations communautaires
- 5** Glossaire, références et ressources

Ce deuxième livret propose une grille d'analyse, un outil d'aide à la réflexion et à la prise de décision, destinée aux gestionnaires et aux administrateurs d'entreprises d'économie sociale. L'objectif de cet outil est d'aider l'équipe dirigeante à déterminer si les conditions de réussite sont réunies et s'il est opportun que l'organisme aille de l'avant. Cette grille aborde donc les principales questions à se poser avant d'émettre des obligations.



POURQUOI ÉMETTRE DES OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES?



LES PRÉREQUIS SONT-ILS RÉUNIS?

1. Statut juridique

Le statut juridique de l'organisme permet l'émission d'obligations communautaires.

2. Capacités financières

L'organisme disposera, à terme, des capacités financières permettant le remboursement des obligations.

3. Communauté

La communauté est mobilisée et prête à investir.

4. Projet

Le projet est attractif et suscite de l'engouement.

5. Conseil d'administration

Le conseil d'administration est impliqué et prêt à mobiliser son expertise et son réseau.

6. Capacités organisationnelles

L'équipe a la capacité de développer, de vendre et de gérer les obligations.



PRÊT?

À noter

Ce document est un outil d'aide à la réflexion et à la prise de décision que la direction et les administrateurs peuvent utiliser de manière autonome pour réaliser une autoévaluation de la situation de leur organisation. Tout au long de la réflexion, l'exemple des projets pilotes présentés dans le livret 1 illustrent les propos.

Que cette première analyse mène à des réponses positives, négatives ou amène à retravailler le projet, il est fortement recommandé de faire appel aux experts du réseau de soutien de l'économie sociale pour obtenir conseils et accompagnement dans ces réflexions stratégiques et approfondir chacun des points abordés.

Il existe, dans chaque région, différentes organisations de soutien à l'économie sociale qu'il est possible de consulter pour obtenir conseils et accompagnement, que ce soit un CLD (Centre local de développement), une CDEC (Corporation de développement économique communautaire), PME MTL (un réseau montréalais d'experts en financement et accompagnement), une SADC (Société d'aide au développement des collectivités), un CAE (Centre d'aide aux entreprises), une MRC (Municipalité régionale de comté) ou encore un Pôle d'économie sociale et le Chantier de l'économie sociale.

Pour aider le lecteur :



Quelques conseils et recommandations



Exemples des projets pilotes



Questions à se poser



Autoévaluation





Pourquoi émettre des obligations communautaires ?



Identifier les objectifs initiaux d'une émission d'obligations communautaires est un préalable indispensable à la réflexion et à l'analyse de la pertinence de cet outil¹.

On peut émettre des obligations pour finaliser le montage financier d'un projet ou au contraire pour amorcer un montage financier et susciter un effet levier auprès d'autres bailleurs de fonds, pour proposer à la communauté mobilisée une occasion de s'impliquer au-delà du don et du bénévolat ou encore pour tester cet outil et évaluer la pertinence d'émettre à plus grande échelle.

Quel que soit l'objectif initial de l'émission, il est important de l'identifier afin d'évaluer si les obligations communautaires sont le meilleur moyen d'y répondre et si c'est le cas, de concevoir adéquatement les conditions d'émission et d'être capable d'en mesurer la réussite au regard des objectifs fixés.

Il est également important d'évaluer, en fonction notamment de la communauté de soutien, le montant visé par l'émission d'obligations: émettre 20 000 \$ ou 150 000 \$ n'implique pas les mêmes contraintes. Ce montant sera certainement réajusté au moment de fixer plus précisément les conditions d'émission.

Enfin, les obligations communautaires ne sont pas une panacée, elles ne répondent pas à tous les besoins des entreprises d'économie sociale. S'il s'avère que les pré-requis ne sont pas réunis, que les obstacles à franchir sont trop nombreux ou que l'organisme n'est pas encore prêt, d'autres stratégies pourraient mieux répondre aux besoins et aux enjeux soulevés.

Par exemple:

- Si l'organisme n'a pas la capacité financière de rembourser des obligations, mais qu'il dispose d'une forte communauté de soutien, réaliser une campagne de financement participatif en don/prévente² peut être plus approprié.
- Si l'organisme a des enjeux de liquidités à court terme, une analyse approfondie de l'ensemble du modèle d'affaires sera certainement nécessaire pour résoudre, le cas échéant, des problèmes structurels.

1 Voir Livret 1, 5. Pourquoi émettre des obligations communautaires ?

2 *Guide sur le financement participatif pour les entreprises d'économie sociale*, 2017, TIESS, bit.ly/2GuideFP.



OBJECTIFS DE L'ÉMISSION D'OBLIGATIONS

- Compléter et diversifier le montage financier d'un projet en démarrage ou en développement.
- Amorcer le montage financier d'un projet en démarrage ou en développement (effet levier auprès d'autres bailleurs de fonds).
- Proposer à une communauté mobilisée une occasion de s'impliquer et d'investir une partie de son épargne.
- Démontrer aux partenaires l'adhésion des membres de la communauté au projet.
- Tester cette avenue de mobilisation et de financement pour valider la pertinence d'émettre à plus grande échelle.
- Autres _____

Objectifs financiers

- Budget global du projet: _____ \$
- Montant visé par l'émission d'obligations communautaires (montant optimal): _____ \$





EXEMPLES

Objectifs³

Le GRAND COSTUMIER

1. Démontrer la capacité d'innovation de cette nouvelle entreprise d'économie sociale;
2. Offrir des occasions d'implication aux nombreux membres de la communauté de soutien;
3. Trouver du financement pour permettre la restauration progressive des costumes.

Le Grand Costumier avait pour objectif d'émettre pour 20 000 \$ d'obligations communautaires.

Le BÂTIMENT 7

1. Expérimenter les obligations communautaires et tester la capacité d'investissement de la communauté afin d'émettre à plus grande échelle dans les phases ultérieures de développement du projet;
2. Finaliser le montage financier dédié au prédémarrage;
3. Démontrer la capacité d'innover du Bâtiment 7 et consolider l'ancrage dans la communauté.

Pour cette phase de prédémarrage, le Bâtiment 7 avait pour objectif d'émettre pour 50 000 \$ (pour un budget global de 150 000 \$).

Le CINÉMA DU PARC

1. Amorcer un montage financier dédié à la rénovation de deux salles de cinéma (deuxième phase de modernisation du Cinéma du Parc) et générer un effet levier auprès d'autres bailleurs de fonds;
2. Proposer de nouvelles modalités d'implication des membres cinéphiles de la communauté.

Pour un budget global de 500 000 \$, le Cinéma du Parc avait décidé d'émettre pour 100 000 \$. Devant l'engouement des investisseurs, il a finalement émis pour 150 000 \$.

Le THÉÂTRE EMPRESS

1. Démontrer aux partenaires institutionnels et financiers l'ancrage du projet dans la communauté et l'adhésion au projet;
2. Diversifier le montage financier de ce projet majeur.

Le Théâtre Empress a finalement décidé de ne pas émettre à cette étape de son développement et de reporter l'émission à une période ultérieure, plus propice à sa réussite.

3 Voir également Livret 1, 8. Exemple d'émissions d'obligations communautaires au Québec et en Ontario.



Les prérequis sont-ils réunis ?

1

Statut juridique

Le statut de l'organisme permet l'émission d'obligations communautaires.



Seul un OBNL incorporé et enregistré au Registraire des entreprises du Québec⁴ peut émettre des obligations communautaires. En conformité avec la Loi sur les compagnies, Partie III⁵, un organisme à but non lucratif peut émettre des obligations s'il y est autorisé⁶. C'est donc la première chose à vérifier pour être en mesure d'émettre des obligations.

Il peut y être autorisé de deux manières :

- Une disposition inscrite dans les lettres patentes (le plus souvent dans la section 6 : « Autres dispositions ») qui peut se formuler ainsi : « Émettre des obligations ou autres valeurs de la personne morale et de les donner en garantie ou de les vendre à un prix et somme jugés convenables. »

Si une telle mention ou un équivalent n'apparaît pas dans les lettres patentes, celles-ci doivent être modifiées à cet effet.

- Plutôt que de modifier les lettres patentes, il est également possible de faire approuver un règlement au même effet par les deux tiers des membres présents lors d'une assemblée générale dûment convoquée à cette fin. Ce règlement permet au conseil d'administration :
 - d'émettre des obligations ou autres valeurs de la personne morale et de les donner en garantie ou de les vendre à un prix et somme jugés convenables ;
 - de déléguer ce pouvoir à un ou plusieurs administrateurs ou dirigeants de la personne morale.

Une fois ces modifications réalisées, il est aussi nécessaire, avant le lancement du processus d'émission, d'adopter en conseil d'administration une résolution spécifiant les conditions d'émission.

4 registreentreprises.gouv.qc.ca/fr/default.aspx.

5 legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/C-38.

6 Voir Livret 1, 3. Cadre légal.



STATUT JURIDIQUE

- L'organisme est-il un organisme à but non lucratif enregistré et à jour au Registraire des entreprises du Québec (REQ)?
- Les lettres patentes de l'organisme intègrent-elles la disposition permettant d'émettre des obligations?
- Un règlement permettant d'émettre des obligations a-t-il été adopté en assemblée par les deux tiers des membres?



L'ORGANISME A-T-IL LE STATUT JURIDIQUE LUI PERMETTANT D'ÉMETTRE DES OBLIGATIONS COMMUNAUTAIRES?

- OUI.** C'est parfait, on continue.
- NON.** L'organisme n'est pas un OBNL. Dans ce cas, d'autres avenues de financement seront plus appropriées, par exemple, les parts privilégiées pour les coopératives.
- PAS ENCORE.** L'organisme est un OBNL enregistré, mais il reste à effectuer certaines démarches avant de pouvoir émettre.

→ **Prochaines étapes** _____

2

Capacités financières

L'organisme disposera, à terme, des capacités financières permettant le remboursement des obligations.



La réussite d'une émission ne se limite pas à lever le montant visé, elle implique de rembourser à terme les investisseurs. Le modèle d'affaires et la structure financière de l'organisme doivent donc permettre ce remboursement.

Pour ce faire, différentes stratégies⁷ peuvent être mises en place, comme :

- la constitution d'un fonds de prévoyance (alimenté par les surplus générés par l'organisme) ;
- la capacité d'emprunt résiduelle liée notamment à la détention d'actifs immobiliers ;
- le renouvellement des obligations et/ou la recherche de nouveaux investisseurs ;
- la conversion d'obligations en dons (stratégie qui peut notamment être pertinente pour les organismes de bienfaisance qui peuvent remettre des reçus de charité).

Pour pouvoir déterminer une stratégie de remboursement adéquate, il est donc important de réaliser une analyse des besoins financiers et de la capacité financière de l'organisme. Cette analyse va déterminer le montant maximum que l'entreprise peut émettre.

Émettre des obligations ne doit pas être l'unique stratégie pour soutenir le développement d'un projet. Idéalement, d'autres partenaires financiers partagent le risque avec les investisseurs solidaires et contribuent à diversifier les sources de financement de l'organisme et à renforcer sa viabilité.

L'émission d'obligations communautaires n'est pas une panacée. D'autres sources de financement existent. Si l'entreprise a facilement accès à des dons et à des subventions, cela reste, par exemple, une option à privilégier.

Aussi, l'idée d'émettre des obligations communautaires survient souvent dans une phase de développement majeur de l'organisme (en démarrage ou en développement) ou parfois dans un moment critique de la vie de l'organisme (des problèmes majeurs de liquidités, une baisse significative de subventions ou de revenus, etc.). Or, émettre des obligations communautaires nécessite une situation financière saine (éviter les dettes et les problèmes de liquidités) et des projections financières réalistes.

Pour les entreprises en démarrage, émettre des obligations peut être risqué, car la visibilité sur le développement de l'organisme peut être faible et le risque pris par les investisseurs solidaires élevé. Si l'organisme va de l'avant avec l'émission d'obligations, c'est qu'il dispose de suffisamment d'éléments tangibles pour rassurer les investisseurs et démontrer la capacité de l'organisme à rembourser les obligations à terme (rayonnement de l'organisme, confirmation de subventions ou de contrats, détention d'actifs immobiliers, partenariats solides, communauté fortement mobilisée, etc.).

⁷ Voir Livret 1,4. Principales caractéristiques des obligations communautaires. Des stratégies pour sécuriser les détenteurs d'obligations et gérer les risques.



EXEMPLES

Capacités financières

Le **GRAND COSTUMIER**, jeune organisme en phase de démarrage, a décidé d'émettre pour 20 000 \$, un montant qu'il prévoit de rembourser en constituant un fonds de prévoyance qu'il alimentera mensuellement durant les 5 ans du terme. Ce montant servira à restaurer une partie des costumes et à maintenir sa collection en bon état.

Les états financiers et les perspectives financières et de développement du **CINÉMA DU PARC**, à la suite de la modernisation de ses salles, ont permis d'évaluer que l'organisme était capable d'émettre et de rembourser, au terme des 5 ans, les 150 000 \$ émis. Le Cinéma du Parc planifiait également la constitution d'un fonds de prévoyance.

Le Cinéma du Parc et le Grand Costumier ont été accompagnés dans ce processus d'analyse par un conseiller en gestion et financement de PME MTL Centre-Ville.

Après une analyse du budget dédié à la phase de prédémarrage et à la planification financière des phases subséquentes, le **BÂTIMENT 7** a évalué être en mesure de rembourser les 50 000 \$ émis en obligations une fois qu'il serait propriétaire du bâtiment.

Le **THÉÂTRE EMPRESS** envisageait de pouvoir émettre et rembourser les 200 000 \$ d'obligations pour un terme de 5 à 10 ans.

Le **CENTRE L'ASSOMPTION** a réalisé une émission d'obligations communautaires en 2002 pour un montant total de 31 000 \$. Au terme des trois ans, l'organisme était en capacité de rembourser l'intégralité de ses souscripteurs, dont la moitié a finalement décidé de donner son capital au Centre.



CAPACITÉS FINANCIÈRES

- Les sources de revenus et de financement de l'organisme sont-elles diversifiées?
- Le modèle d'affaires de l'organisme est-il viable?
- L'organisme détient-il des actifs, notamment immobiliers?
- La santé financière de l'organisme est-elle bonne?
- Les projections financières de l'organisme sont-elles réalistes?
- Les risques que comporte le projet sont-ils identifiés?
- D'autres partenaires financiers s'engagent-ils à soutenir financièrement le projet?
- L'organisme a-t-il identifié clairement les stratégies de remboursement des obligations en lien avec ses états financiers, ses projections financières et le montant visé par les obligations communautaires?



L'ORGANISME A-T-IL LA CAPACITÉ FINANCIÈRE DE REMBOURSER LES OBLIGATIONS À TERME?

- OUI.** Le modèle d'affaires de l'organisme est viable, sa santé financière est bonne et ses projections financières démontrent sa capacité à rembourser les obligations à terme.
- NON.** La santé financière et le modèle d'affaires de l'organisme ne permettent pas de démontrer sa capacité de rembourser les obligations à terme. Dans ce cas, d'autres avenues de financement doivent être explorées.
- PAS ENCORE.** La situation financière de l'organisme ne permet pas d'envisager sereinement le remboursement des obligations à terme. Plusieurs éléments sont à travailler avant d'envisager une émission (ex. : rétablir la situation financière, réajuster le montant visé, etc.).

→ **Prochaines étapes** _____

3

Communauté

La communauté est mobilisée et prête à investir.



Réussir à vendre des obligations communautaires dépend de la capacité de l'organisme à mobiliser sa communauté de soutien. On parle ici à la fois des membres, des clients, des utilisateurs, mais aussi des partenaires qui appuient le projet. Plus ce réseau d'appui sera grand, plus les chances de capter l'attention d'investisseurs solidaires seront étendues. Encore faut-il que la communauté ait la capacité d'investir. Il est donc important que l'organisme identifie qui sont les membres de sa communauté de soutien, quels sont leurs profils, leurs motivations et leurs capacités d'investir. De ce point de vue, les relations antérieures de l'organisme avec sa communauté donnent un bon indicateur de l'intérêt, de l'implication et du degré de soutien qu'il peut espérer.



EXEMPLES

Communauté

Après l'annonce de la fermeture du costumier de Radio-Canada, la création du **GRAND COSTUMIER** a été reçue très positivement par le milieu du théâtre, de la télévision et plus largement par les amoureux du patrimoine québécois. Cet engouement populaire s'est par la suite concrétisé à plusieurs reprises, notamment lors d'une campagne de financement participatif qui a permis de lever pour 30 000\$ de contributions, d'augmenter la visibilité de l'organisme et de confirmer sa notoriété.

Le **BÂTIMENT 7** bénéficie d'une communauté de soutien très forte, notamment dans Pointe-Saint-Charles. La phase de prédémarrage sur laquelle portait l'émission d'obligations a suscité d'autant plus d'intérêt et de mobilisation qu'elle marquait l'aboutissement d'un projet de longue haleine.

Le **CINÉMA DU PARC** bénéficie d'une grande notoriété, notamment auprès de cinéphiles attachés au cinéma indépendant. L'organisme a plusieurs milliers d'habitues, détenteurs de cartes de membre, attachés à ce lieu unique à Montréal. Aussi, le charisme du directeur général et l'expertise de l'équipe en communication ont permis de faire rayonner le projet dans les médias et de mobiliser la communauté.



COMMUNAUTÉ

- Les membres, les utilisateurs, les clients, les employés, les administrateurs s'impliquent-ils activement au sein de l'organisme?
- L'organisme dispose-t-il d'un solide réseau de partenaires?
- L'organisme dispose-t-il d'une forte communauté mobilisée, notamment sur les réseaux sociaux?
- L'organisme dispose-t-il d'une grande couverture médiatique?
- Des campagnes de financement ont-elles déjà été réalisées par le passé avec succès?
- Les profils de la communauté visée par les obligations communautaires sont-ils identifiés?
- L'organisme a-t-il confiance que le projet sera soutenu financièrement par les membres de la communauté visée?



LA COMMUNAUTÉ EST-ELLE MOBILISÉE ET PRÊTE À INVESTIR?

- OUI.** La communauté est mobilisée et a déjà démontré son intérêt à soutenir le projet.
- PAS ENCORE.** Avant d'envisager une émission, des efforts doivent être poursuivis pour mobiliser la communauté de soutien autour du projet.

→ **Prochaines étapes** _____

4

Projet

Le projet est attractif et suscite de l'engouement.



Pour réussir une émission d'obligations, il est important que l'organisme suscite suffisamment d'intérêt et de confiance pour convaincre les membres de la communauté d'investir dans le projet.

L'intérêt et l'engouement émanent notamment de l'adhésion à la mission, aux activités et aux services offerts. La confiance naît, entre autres, de l'historique de l'organisme, de ses réalisations et de la réputation de son équipe (direction, employés, administrateurs). Même si souscrire des obligations est un geste solidaire, les investisseurs vont probablement s'interroger sur l'organisme, leurs chances de récupérer leur capital, les mesures prises pour assurer le remboursement et les perspectives de l'organisme.

La réalité sera différente selon le stade de développement de l'organisme.

- Pour un organisme en prédémarrage ou en démarrage, l'émission d'obligations communautaires est plus risquée. Ayant souvent un historique très court, il peut être plus difficile de susciter la confiance envers la réalisation et la viabilité du projet, et la capacité de rembourser les membres de la communauté. Dans ce cas, le rayonnement du projet sera important : dans quelle mesure le groupe a-t-il réussi à faire rayonner son projet jusqu'ici et à convaincre des partenaires clés de s'engager ? Aussi, une première émission relativement modeste pourrait être envisagée pour faire ses preuves, tester la communauté et susciter l'intérêt et la confiance.

- Pour un organisme en développement, les activités et la santé financière seront déterminantes. La réputation de l'organisme et de son équipe seront également des éléments importants pour rendre le projet attractif auprès des investisseurs solidaires.

Pour tous, la vision et les perspectives de développement doivent être claires et clairement partagées avec les partenaires et les membres de la communauté. Enfin, le projet financé par l'émission d'obligations communautaires doit contribuer à renforcer à la fois l'organisme et la réalisation de sa mission.





EXEMPLES

Projets

Un sondage réalisé auprès de détenteurs d'obligations communautaires montre leur motivation à soutenir une entreprise inspirante dont ils partagent les valeurs et dont la mission et la cause suscitent leur adhésion. Souvent, les investisseurs connaissent un membre de l'équipe (direction ou conseil d'administration) et disent avoir confiance en leurs actions.

Le **GRAND COSTUMIER**, un organisme en démarrage, bénéficiait d'un très fort rayonnement à l'échelle du Québec. Dès sa mise sur pied, de solides partenaires entouraient le Grand Costumier et contribuaient à sa renommée et à la fiabilité de son modèle d'affaires.

Le **CINÉMA DU PARC** est reconnu pour la qualité de sa programmation. Le leadership et le charisme de la direction (également gestionnaire du Cinéma Beaubien) contribuent également à la réputation du Cinéma du Parc, qui se montre résilient malgré les défis auxquels font face les cinémas de quartier indépendants.

Le **BÂTIMENT 7** est un organisme en prédémarrage, mais qui bénéficiait d'un historique de plus de 10 ans de militantisme, de développement de projets et d'acquisition d'expérience et de savoir-faire. Au fil des ans, le projet du Bâtiment 7 s'est forgé un fort soutien, tant local que régional.

Le **THÉÂTRE EMPRESS** est un organisme en prédémarrage. Le projet de requalification du théâtre est un projet majeur dans Notre-Dame-de-Grâce (NDG) à Montréal, qui est attendu depuis plus de 25 ans par la communauté de NDG et ses environs. Cependant, certains partenariats doivent être confirmés pour pouvoir préciser le projet, consolider le modèle d'affaires et finalement faire appel à la communauté.

Le **CENTRE L'ASSOMPTION**, résidence pour aînés à Saint-Léonard-d'Aston, a décidé d'émettre pour 30 000 \$ pour permettre le développement d'un nouveau service offert à ses résidents. Ce projet était d'une grande importance dans la stratégie de développement de l'organisme.



PROJET

- Pour les organismes en prédémarrage et en démarrage : quels sont la notoriété et le rayonnement du projet ?
- Pour les organismes en développement : quels sont l'historique, la réputation et les réalisations significatives de l'organisme ?
- Quels sont les partenaires clés qui s'engagent à soutenir le projet ?
- La vision et les perspectives de développement sont-elles claires et connues ?
- Le projet contribue-t-il à renforcer la réalisation de la mission et suscite-t-il l'adhésion des membres de la communauté ?



LE PROJET DE L'ORGANISME EST-IL ATTRACTIF ET SUSCITE-T-IL DE L'ENGOUEMENT ?

- OUI.** Le projet bénéficie d'une certaine notoriété et suscite l'adhésion de partenaires clés et l'engouement des membres de la communauté.
- PAS ENCORE.** Le projet est encore trop fragile et mérite d'être consolidé avant d'envisager une émission.

→ **Prochaines étapes**

5

Conseil d'administration

Le conseil d'administration est impliqué et prêt à mobiliser son expertise et son réseau.



Les membres du conseil d'administration (CA) sont parties prenantes du devenir de l'organisme et des différentes stratégies empruntées. Il est important qu'ils soient impliqués dans l'ensemble de la démarche concernant l'émission d'obligations communautaires, qu'ils comprennent les enjeux de cet outil et qu'ils soient en mesure de soutenir l'équipe de direction en matière d'expertise et de mobilisation. Cette implication peut prendre différentes formes (s'informer, participer à un groupe de travail, tester les différentes hypothèses, mobiliser son réseau, acheter des obligations, etc.). Dans tous les cas, l'équipe de direction doit savoir quelle sera la capacité du CA de soutenir la démarche.



EXEMPLES

Conseil d'administration

Le **GRAND COSTUMIER**, le **CINÉMA DU PARC**, le **BÂTIMENT 7** et le **THÉÂTRE EMPRESS** bénéficient de conseils d'administration expérimentés et dotés de fines expertises (dans les domaines d'intervention des organismes, en matière de communication, développement d'affaires, droit, finance, etc.).

Le **GRAND COSTUMIER** a fait le choix de créer un comité de travail pour impliquer les membres du CA. Le **CINÉMA DU PARC** a mobilisé chacun des membres du CA pour qu'ils mobilisent leurs réseaux. Le **BÂTIMENT 7** a régulièrement tenu son CA informé des avancées des travaux. Le **THÉÂTRE EMPRESS** a réalisé différentes présentations et sessions de travail au moment de fixer les conditions d'émission pour mobiliser et impliquer son conseil d'administration. Dans chaque cas, les administrateurs ont été les premiers investisseurs et supporteurs du projet.





CONSEIL D'ADMINISTRATION

- Les membres du conseil d'administration s'engagent-ils activement au sein de l'organisme ?
- Le conseil d'administration réunit-il une diversité d'expertises (secteur d'activités, liens avec la communauté, développement d'affaires, finance, droit, communication, etc.) ?
- Quel est le niveau de confiance quant à la disponibilité et à la capacité des membres du conseil d'administration d'investir dans les obligations et de mobiliser leur réseau d'influence ?



LE CONSEIL D'ADMINISTRATION EST-IL IMPLIQUÉ ET PRÊT À MOBILISER SON EXPERTISE ET SON RÉSEAU ?

- OUI.** Le conseil d'administration est impliqué, dispose de différentes expertises et se rendra disponible pour s'investir et mobiliser son réseau d'influence.
- PAS ENCORE.** Des efforts sont à réaliser pour impliquer les membres du conseil d'administration dans la démarche.

→ **Prochaines étapes** _____

6

Capacités organisationnelles

L'équipe a la capacité de développer, vendre et gérer les obligations.



Émettre des obligations communautaires nécessite que l'équipe soit d'abord à l'aise avec cet outil financier. Cela exige aussi qu'elle puisse y consacrer du temps et de l'expertise (comptabilité, planification financière, communication, administration) pendant les différents moments clés du processus: la conception, l'émission, la gestion pendant la durée du terme, le renouvellement et le remboursement.

Il est donc important de bien évaluer la capacité organisationnelle de l'organisme avant de se lancer dans une émission. Il est plus énergivore de gérer 100 investisseurs solidaires plutôt qu'un unique bailleur de fonds.

Les efforts consacrés à une émission seront plus ou moins grands en fonction de l'envergure et de la complexité de l'émission. Si l'équipe est réduite et dispose de peu de temps, mieux vaut réaliser une émission modeste à la hauteur des ressources de l'organisme. Une campagne d'envergure nécessitera de nombreuses ressources (notamment en administration et en gestion de données), particulièrement au moment de la contractualisation avec les investisseurs (délivrance des différents documents administratifs, encaissements, etc.), pendant la durée du terme (information continue, etc.) et au moment du renouvellement ou du remboursement.



EXEMPLES

Capacités organisationnelles

Le **GRAND COSTUMIER** et le **BÂTIMENT 7** disposent tous les deux de petites équipes de coordination et d'administration (1 à 2 personnes). Ils ont privilégié des émissions respectives de 20 000 et de 50 000 \$, soit une gestion de 18 et de 22 investisseurs, à la hauteur de leurs capacités.

Le **CINÉMA DU PARC** bénéficie, quant à lui, d'un dispositif de gestion des membres (base de données des détenteurs de la carte) et d'une équipe plus grande qui lui a permis d'envisager une émission d'envergure, soit 150 000 \$ pour 189 investisseurs.



CAPACITÉS ORGANISATIONNELLES

- L'équipe est-elle à l'aise avec cet outil financier ?
- L'équipe dispose-t-elle d'expertises variées (finance, communication, administration, gestion des membres, etc.) ?
- L'équipe dispose-t-elle de temps pour développer, pour vendre et pour gérer dans le temps les obligations ?
- L'organisme dispose-t-il déjà d'un outil permettant de traiter et de conserver les informations concernant les membres, les utilisateurs, les clients et les partenaires (base de données) ?
- L'organisme dispose-t-il d'un réseau de soutien fort qui peut le soutenir dans ce processus ?



L'ÉQUIPE A-T-ELLE LA CAPACITÉ DE DÉVELOPPER, DE VENDRE ET DE GÉRER LES OBLIGATIONS ?

- OUI.** L'organisme dispose d'expertises et de temps à l'interne adaptés à l'envergure de la campagne.
- PAS ENCORE.** Des efforts doivent être poursuivis pour réévaluer le montant de l'émission ou se doter des moyens nécessaires à la gestion du processus.

➔ **Prochaines étapes** _____



Prêt ?

Le schéma de la page suivante reprend les [6 prérequis](#) permettant d'évaluer si l'émission d'obligations communautaires est pertinente et si l'organisme est prêt à émettre. Deux de ces prérequis sont incontournables : le statut juridique et les capacités financières. Sans cela, impossible d'émettre.

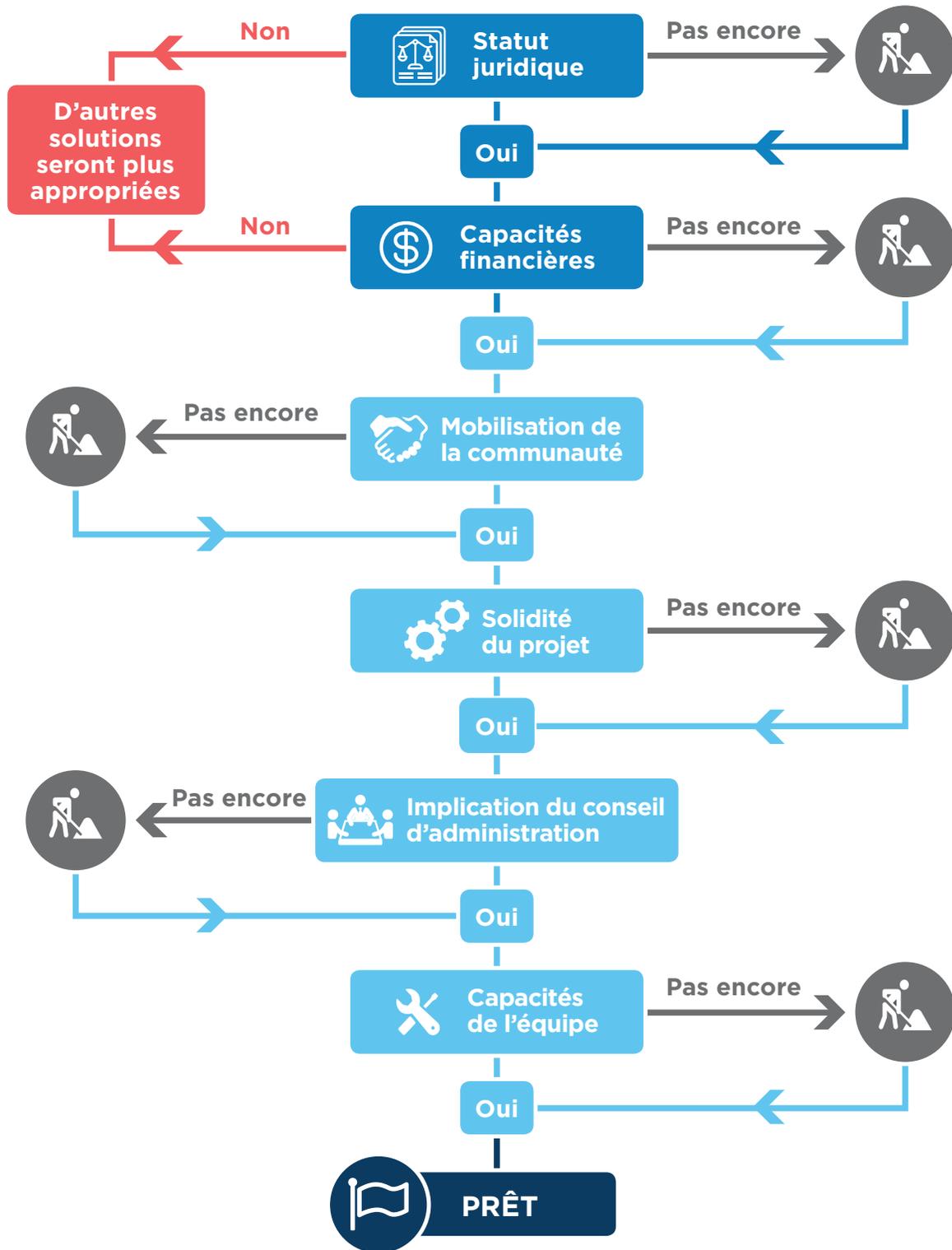
Les quatre autres sont des atouts indéniables : une communauté déjà mobilisée, un projet solide et attractif, un conseil d'administration impliqué et une équipe outillée.

On parle ici d'un idéal à atteindre qui nécessitera souvent des réajustements avant de s'engager dans une émission. Cependant, c'est une question d'équilibre. Comme recommandé en début de livret, il est conseillé de valider les hypothèses émises et d'obtenir conseils et accompagnement. Les obligations communautaires font appel à des enjeux majeurs liés notamment à la planification financière, à la mobilisation de la communauté, à la gouvernance et aux ressources humaines.

Une fois prêt, c'est le moment de se lancer. Le [livret 3 : Étapes du processus d'émission d'obligations communautaires](#) détaille, pas à pas, la manière de concevoir, d'émettre, de gérer et de rembourser les obligations communautaires.



LES PRÉREQUIS SONT-ILS RÉUNIS?





LIVRET

3

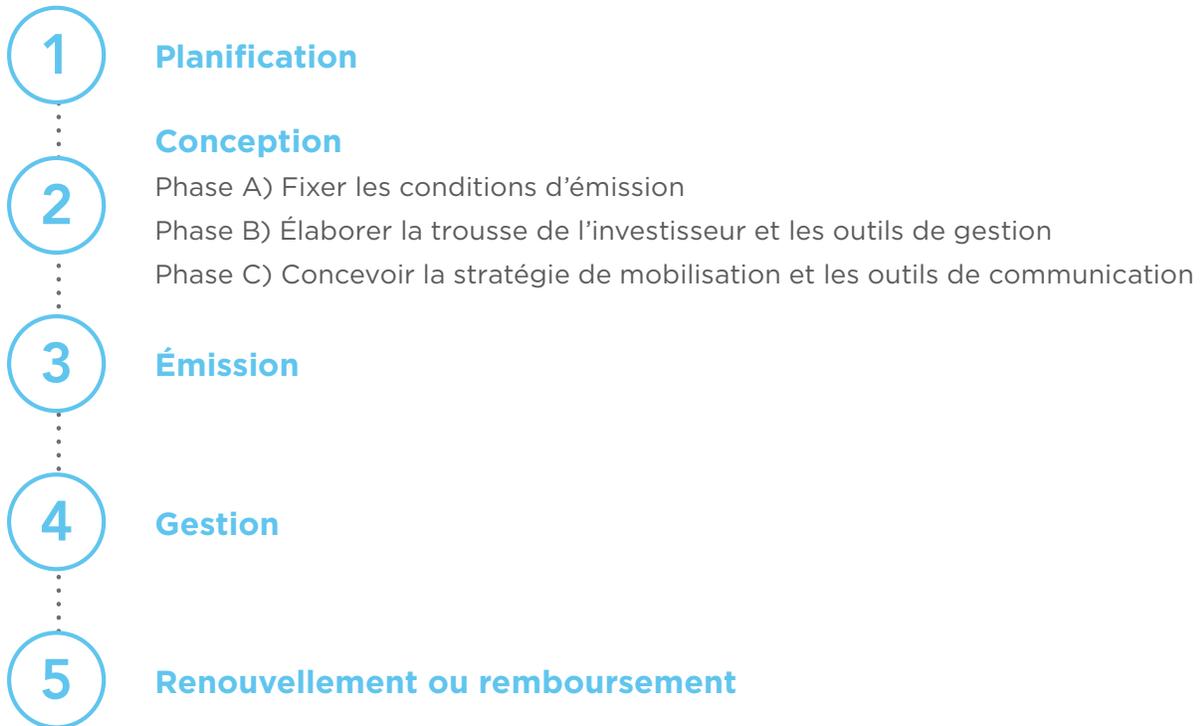
Étapes du processus
d'émission d'obligations
communautaires

5 moments clés



AVANT-PROPOS

Le processus d'émission d'obligations communautaires présente 5 étapes clés :



Pour aider le lecteur :

 **Exemples :**
Des exemples concrets illustrent les points abordés.¹

 **À noter :**
Quelques lignes sont proposées pour obtenir de l'information complémentaire.

 **Glossaire :**
Les mots suivis d'un astérisque sont explicités dans le **glossaire** dans le livret 5.

¹ Pour une vue d'ensemble, voir Livret 1, 8. Exemples d'émissions d'obligations communautaires au Québec et en Ontario. Pour des détails sur les émissions des quatre organismes pilotes, voir Livret 4. Études de cas : récits de différentes émissions d'obligations communautaires.

Campagne modeste ou d'envergure

Ce guide vise à outiller tant les entreprises qui souhaitent entreprendre de modestes campagnes d'émission (simples, rapides et faciles à gérer) que celles qui se lanceront dans des campagnes d'envergure, qui vont nécessiter plus d'efforts et de ressources.

Difficile de tracer la ligne entre une campagne d'émission d'obligations communautaires dite d'envergure et une campagne dite modeste. Tout dépend de l'organisme et des ressources dont il dispose pour gérer les futurs investisseurs. Une même campagne peut apparaître d'envergure pour certains et plus modeste pour d'autres, lorsque la taille de l'équipe et les outils administratifs permettent une gestion plus aisée. Dans le présent guide, les campagnes qui dépassent 50 000\$ ou 50 investisseurs sont considérées d'envergure.



EXEMPLES

Campagne modeste ou d'envergure

On peut estimer que la campagne du **GRAND COSTUMIER**, qui a permis de lever pour 20 000\$ en obligations communautaires en gérant moins de 20 investisseurs, était une campagne relativement simple et facile à gérer par l'équipe en place, composée de 4 personnes, dont une seule à l'administration.

À l'inverse, celle du **CINÉMA DU PARC** peut être qualifiée d'envergure quand on pense aux aspects administratifs et aux relations à entretenir avec les 189 investisseurs solidaires.

Enfin, on peut clairement qualifier les émissions de **SOLARSHARE COOP** comme des campagnes d'envergure pour lesquelles l'organisme s'est doté d'infrastructures à la hauteur des objectifs fixés (37 M\$ émis).



À NOTER

Ne pas négliger l'information et l'évaluation avant de mettre en œuvre le processus

Avant de commencer le processus d'émission, il est nécessaire :

- d'avoir pris connaissance de ce que sont les obligations communautaires (mode de fonctionnement, cadre légal, caractéristiques, etc.)²;
- de s'être assuré que cet outil de financement et de mobilisation est adapté à l'organisme³.

2 Livret 1. Tour d'horizon des obligations communautaires

3 Livret 2. Prérequis pour réussir une émission d'obligations communautaires



Planification



Se doter d'une feuille de route

Il est important de se doter d'une feuille de route réaliste qui tient compte des ressources disponibles, de la charge de travail et des priorités de l'organisme. Cette étape de planification ne doit pas être négligée et inclut notamment les éléments suivants :

- planifier les différentes étapes et tâches;
- se donner des échéanciers réalistes;
- allouer les tâches aux membres de l'équipe;
- budgéter les coûts liés à l'émission d'obligations;
- impliquer et faire participer les membres du conseil d'administration.

Proposition de feuille de route

Que ce soit pour une campagne d'envergure ou non, voici les différentes tâches associées à l'émission d'obligations et ce à quoi pourrait ressembler une feuille de route. Le temps à allouer à chacune de ces tâches va dépendre de la complexité et de l'envergure de l'émission.



ÉTAPES	PÉRIODE	TEMPS / RESPONSABLE	TÂCHES (liste non exhaustive)
1 Information / Évaluation / Planification	1 à 6 mois, selon la maturité de l'organisme		<ul style="list-style-type: none"> ○ Prendre connaissance de l'outil financier ○ Évaluer sa pertinence ○ Informer et sensibiliser les administrateurs, les membres et l'équipe ○ Rencontrer et échanger avec les partenaires ○ Sonder la communauté ○ Élaborer les premières hypothèses
2 Conception	1 à 3 mois		<ul style="list-style-type: none"> ○ Concevoir les conditions d'émission de manière itérative (allers-retours) ○ Élaborer la documentation (trousse de l'investisseur) ○ Faire valider les documents contractuels par un juriste (le cas échéant) ○ Développer les outils de gestion ○ Établir la stratégie de communication et de mobilisation ○ Bâtir les outils de communication ○ Organiser des groupes-tests et valider les scénarios et les outils ○ Modifier les lettres patentes (le cas échéant) ou adopter la modification aux règlements (en assemblée) ○ Adopter une résolution par le conseil d'administration concernant les conditions d'émission
3 Émission	1 à 3 mois	Évaluer le temps à y consacrer + Identifier une personne responsable	<p><i>Pendant la période de vente:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Communiquer ○ Répondre aux questions des investisseurs <p><i>En fin de période de vente:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Finaliser (vérification et signature) les contrats de souscription et les certificats d'obligation ○ Encaisser les paiements ○ Envoyer les documents et remercier les investisseurs ○ Consigner les informations dans le registre des obligataires ○ Organiser des dossiers par investisseur (papier et web) et archiver l'ensemble de l'information (afin de faciliter la transmission d'informations à de nouveaux employés) <p>Le temps alloué à cette étape administrative peut varier en fonction du nombre d'investisseurs mobilisés et des outils retenus pour les paiements et la gestion de données.</p>
4 Gestion	Au moins une fois par an durant toute la durée du terme		<ul style="list-style-type: none"> ○ Payer les intérêts annuels et donner les reçus pour fins d'impôt (le cas échéant) ○ Organiser les activités ou les outils pour informer les investisseurs de l'état d'avancement du projet, l'emploi des fonds, etc. ○ Gérer les demandes de transfert ou de rachat avant terme (le cas échéant) ○ Anticiper et planifier le remboursement des obligations (alimenter le fonds de prévoyance, etc.)
5 Renouvellement ou remboursement	Environ 3 mois avant la fin du terme		<ul style="list-style-type: none"> ○ Informer les investisseurs de la fin du terme (volonté de renouvellement ou non) ○ Rembourser le capital ○ Payer les intérêts et remettre un reçu pour fins d'impôt (le cas échéant)

En ce qui concerne la planification budgétaire, le coût associé à l'émission d'obligations communautaires dépendra de l'envergure de l'émission. Au-delà du taux d'intérêt retenu, il est nécessaire d'évaluer le coût en :

- ressources humaines allouées à l'émission (direction, administration, comptabilité, communication, etc.);
- graphisme et outils de communication;
- organisation d'activités de mobilisation (pendant la période de vente et durant le terme des obligations);
- outils de gestion (le cas échéant);
- frais juridiques.



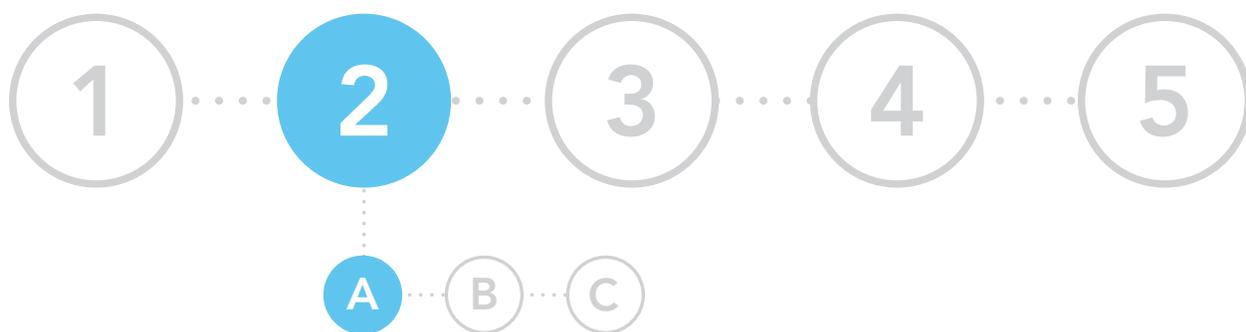
EXEMPLES

Planification

La trousse de l'investisseur du **BÂTIMENT 7** (document d'information, formulaire de souscription) n'était pas prête lors de la séance d'information, ce qui a freiné la fluidité du processus. Pendant cet événement, certaines personnes auraient pourtant été prêtes à investir.

Fort de son succès, en réussissant à mobiliser près de 190 investisseurs, le **CINÉMA DU PARC** a quant à lui sous-estimé le temps administratif nécessaire au contrôle de la documentation envoyée aux investisseurs, à l'encaissement et aux renvois de la documentation signée (formulaire de souscription et certificat d'obligation).

SOLARSHARE COOP, une coopérative qui développe des installations d'énergie solaire en Ontario et qui a basé son modèle d'affaires sur l'émission d'obligations communautaires, a levé 37 M\$ et y a dédié deux personnes à temps plein.



Conception



PHASE A

Fixer les conditions d'émission

Il est nécessaire d'élaborer différents scénarios de conditions d'émission qui tiennent compte des besoins de l'organisme, de sa capacité de rembourser et du profil de la communauté. Les conditions d'émission sont les caractéristiques⁴ des obligations et comprennent les éléments suivants :

- Objectifs de l'emploi des fonds
- Montant total émis
- Période de vente
- Date d'émission
- Date d'échéance
- Terme
- Valeur nominale
- Nombre d'obligations émises
- Valeur maximale par souscripteur
- Taux d'intérêt
- Modalités de paiement des intérêts
- Modalités de transfert et rachat avant terme
- Modalités de remboursement du capital
- Modalités de renouvellement
- Mesures de sécurité
- Incitatifs fiscaux (le cas échéant)
- Information en continu
- Type de titres offerts

4 Voir Livret 1, 4. Principales caractéristiques des obligations communautaires.



Pour déterminer au mieux les différentes caractéristiques, voici quatre conseils :



1 - Connaître le **profil de la communauté**

L'identification des investisseurs potentiels et l'évaluation de leur profil (capacités financières, motivations, attentes, etc.) sont des exercices essentiels :

- pour fixer au mieux les conditions d'émission (terme, taux, valeur nominale, etc.);
- pour élaborer par la suite les outils de communication et mettre en œuvre une stratégie de mobilisation ciblée.

Il est donc conseillé de lister les investisseurs potentiels et sonder certains d'entre eux sur les conditions envisagées. (Ces conditions répondraient-elles à leurs attentes? Embarqueraient-ils à ces conditions?) Aussi, quand ces investisseurs ne sont pas des individus mais des entreprises, des organismes ou des fondations, les conditions pourraient différer. Il est donc important de réaliser le même exercice avec eux.



2 - S'ajuster aux **attentes** et échanger avec les **partenaires**

Tout au long du processus de réflexion et de conception, il est important d'informer les partenaires clés de l'organisme et d'échanger sur les conditions d'émission des obligations communautaires.

Établir et maintenir un climat de confiance et de transparence permet de valider collectivement les hypothèses envisagées, de confirmer les engagements et de s'ajuster aux attentes de chacun.



3 - Procéder par **allers-retours** avant de retenir le scénario idéal

Fixer les conditions d'émission constitue un savant dosage entre les besoins financiers de l'organisme, ses capacités financières, ses ressources internes et les attentes de la communauté visée. Cet exercice doit idéalement être réalisé de concert avec les membres du conseil d'administration et la personne dédiée aux finances et à la comptabilité.

Il est nécessaire d'avoir une vue claire des perspectives financières et de développement de l'organisme afin de s'assurer de faire des hypothèses réalistes, notamment en vue du remboursement. Il est également conseillé de tester les conditions auprès de membres de la communauté visée afin d'ajuster puis valider la pertinence des hypothèses émises. Finalement, après différents allers-retours, les ajustements s'opèrent, le meilleur scénario émerge et les conditions de l'émission peuvent être fixées.



4 - Anticiper différentes **alternatives**

Malgré les exercices de projections, émettre des obligations communautaires n'est pas une science exacte et la réaction des investisseurs est difficilement prévisible. Il se peut donc que la réponse ne soit pas à la hauteur des attentes ou, à l'inverse, qu'elle dépasse l'objectif fixé. Il est important de se préparer à ces alternatives :

- **Que fait-on si l'émission n'atteint pas le montant visé ?**

Émettre des obligations communautaires n'est pas comme une campagne de financement participatif « tout ou rien ». Quel que soit le montant émis, c'est une réussite. Cependant, le montage financier global sera affecté et devra être réajusté si le montant visé n'est pas atteint. Il faut donc s'y préparer, notamment en ce qui concerne la communication et la relation avec les autres partenaires financiers.

- **Que fait-on si, avant même d'avoir terminé la période de vente, le montant est déjà dépassé ?**

Plusieurs options sont possibles : faire adopter une résolution par le conseil d'administration pour augmenter le montant émis ou encore prendre les noms des investisseurs intéressés pour les solliciter lors d'une prochaine émission.

Dans tous les cas, il est nécessaire d'anticiper les différents cas de figure afin que l'équipe et les administrateurs puissent agir avec sérénité et efficacité en fonction de la situation.



EXEMPLES

Conditions d'émission

Le **CINÉMA DU PARC** a réalisé de nombreux scénarios⁵ avant d'aboutir à une émission de 150 000 \$. Des travaux et des échanges avec l'équipe, le conseiller en financement de PME MTL Centre-Ville, le comptable et les membres du conseil d'administration ont permis, dans un processus itératif et prospectif, de fixer des conditions d'émission qui semblaient réalistes. Finalement, après avoir pensé émettre 100 000 \$, le Cinéma du Parc a réussi à émettre pour 150 000 \$ alors qu'il ne s'était pas forcément préparé à ce succès.

Le **GRAND COSTUMIER** a mis sur pied un comité de travail pendant l'été composé de membres du conseil d'administration. Le comité a ciblé des « cobayes », alliés du réseau, qui ont donné leur avis sur les conditions d'émission proposées, sur le document d'information et sur les arguments avancés.

Le **BÂTIMENT 7**, après avoir réalisé une première émission d'obligations communautaires de 50 000 \$, a mis sur pied un groupe de travail « finance » (composé d'administrateurs, de partenaires et de ressources externes) pour soutenir et conseiller l'équipe, et poursuivre les travaux sur la base des apprentissages de la première émission.

5 Tisson, M. (2017, 23 janvier). Les 42 scénarios du Cinéma du Parc. *La Presse Plus*. Repéré à plus.lapresse.ca/screens/fe9ae6e5-9c41-48dd-876c-ee5cc267a312%7C_0.html

Comment déterminer les conditions d'émission des obligations communautaires ?

● Type de titres offerts

Les titres offerts peuvent être des obligations garanties ou des obligations non garanties. Le plus souvent, les obligations sont non garanties.

● Objectifs de l'emploi des fonds

Indiquer les raisons de l'émission d'obligations communautaires et le projet pour lequel les fonds seront utilisés.

● Montant total

Plusieurs éléments sont à considérer pour évaluer le montant de l'émission :

- le montant total nécessaire au développement du projet et la stratégie de recherche de financement ;
- la capacité à générer des revenus et à rembourser les obligations à échéance ;
- le stade de développement de l'organisme ;
- le réseau de l'organisme et la force de la mobilisation ;
- le profil et la capacité financière de la communauté visée ;
- les ressources et les contraintes de l'organisme (temps, expertise), notamment pour gérer les obligations sur le long terme.



EXEMPLES

Montant total

Encore en phase de démarrage et ayant réalisé quelques mois auparavant une campagne de financement participatif de 30 000 \$, le **GRAND COSTUMIER** a émis des obligations communautaires pour un montant total de 20 000 \$. L'organisme souhaitait réaliser une première émission de moindre envergure pour expérimenter l'outil, tester la communauté, se donner le temps d'avoir des perspectives financières plus claires et l'intégrer adéquatement aux autres stratégies de financement de l'organisme.

Le **CINÉMA DU PARC** avait initialement prévu d'émettre pour 100 000 \$, mais devant l'enthousiasme des investisseurs, une semaine avant la fin de la période d'émission, le conseil d'administration a adopté une nouvelle résolution qui permettait à l'organisme d'émettre pour 150 000 \$, montant obtenu au terme de la campagne.

● Période de vente

Vendre des obligations communautaires nécessite que l'équipe (le plus souvent la direction) soit disponible pour rencontrer des investisseurs, pour répondre aux questions (par courriel, par téléphone) et éventuellement pour participer à des activités de mobilisation et d'information (médias, séances d'information, etc.).

Durée de la vente

La période de vente ne doit être ni trop longue, afin d'éviter d'essouffler l'équipe et pour maintenir la dynamique avec les investisseurs potentiels, ni trop courte, pour avoir le temps d'informer et de mobiliser. Selon les montants visés, le temps disponible pour l'équipe et la stratégie de communication privilégiée, on peut évaluer qu'une période de vente moyenne durera entre 1 et 3 mois. Si la communauté est déjà bien informée et mobilisée en amont, cette durée peut être raccourcie. Inversement, si un fort travail de mobilisation est nécessaire et si les montants à lever sont importants, cette durée peut être allongée.

La « meilleure période »

Il n'y a pas de règle sur la « meilleure période », mais certains moments peuvent être plus propices que d'autres pour émettre. Par exemple :

- La période de Noël peut être jugée adéquate pour certains ou au contraire non propice, car trop morcelée pour réussir à mobiliser pleinement la communauté.
- La période des REER (février/mars) pourrait être judicieuse si les obligations deviennent admissibles aux placements enregistrés.
- Les obligations souscrites pendant l'année pourraient aussi être ajoutées au REER.

Des émissions successives

En fonction des capacités financières de l'organisme, il peut être stratégiquement intéressant de faire plusieurs émissions successives (à 6 mois ou à un an d'intervalle par exemple). L'avantage est de pouvoir échelonner les périodes de remboursement du capital et de paiement des intérêts et laisser le temps à l'organisme de disposer des liquidités nécessaires.

Émission en continu

Réaliser une émission en continu (soit sans date de vente finale) est possible, mais peu recommandée, car elle nécessite une extrême rigueur administrative et des ressources dédiées à la gestion minutieuse des différentes dates de paiement des intérêts et de remboursement du capital.





EXEMPLES

Période de vente

CENTRE L'ASSOMPTION: 2 périodes de 2 semaines

GRAND COSTUMIER, BÂTIMENT 7: 2 mois

CINÉMA DU PARC: 3 mois

Le conseil d'administration a hésité à étirer la période de vente d'un mois lorsqu'il a constaté que les obligations ne trouvaient pas preneur pendant la période des fêtes. Finalement, il a décidé de maintenir la durée de vente à trois mois et après avoir réalisé de nombreuses interventions dans les médias, les obligations communautaires se sont vendues extrêmement rapidement durant les deux dernières semaines de vente. L'organisme a obtenu 150 000\$ au lieu des 100 000\$ initialement visés.

WEST-END FOOD COOP: Émission en continu entre 2009 et 2011

Ce choix a généré d'importants défis de gestion et de suivi puisque les investisseurs détenaient des certificats avec des dates différentes, entraînant ainsi une multiplication des dates d'échéances de paiement d'intérêts et de remboursement du capital.

● Terme*

Le choix du terme est important pour l'organisme, car c'est le temps dont il dispose pour développer son projet et générer les revenus nécessaires au remboursement des obligations.

Le terme peut dépendre du type de projet et de la capacité à générer des revenus rapidement ou non. Parmi les initiatives développées au Québec et en Ontario, on observe des termes de 5 ans, 7 ans, 10 ans, voire 15 ans. Il est important de laisser le temps à l'organisme d'être en mesure de rembourser les investisseurs. Il s'agit donc de réaliser des projections financières pour évaluer l'échéance idéale pour l'organisme. Le terme va également dépendre du profil et de la capacité des investisseurs à attendre le retour de leur capital.



EXEMPLES

Terme

CENTER FOR SOCIAL INNOVATION (CSI): 5, 10 et 15 ans
(3 catégories d'obligations comprenant des termes, des valeurs nominales et des taux d'intérêt différents)

GRAND COSTUMIER, BÂTIMENT 7, CINÉMA DU PARC: 5 ans

CENTRE L'ASSOMPTION: 3 ans

WEST-END FOOD COOP: 5 et 10 ans (2 catégories d'obligations)

● Valeur nominale*

La valeur nominale de chaque obligation peut être fixée selon plusieurs paramètres :

- le montant total émis;
- le profil de la communauté visée (citoyens, organismes, entreprises, fondations) et ses capacités financières. Il est donc important de tester et connaître leur profil, leurs motivations, leurs attentes et leurs capacités;
- la capacité organisationnelle de l'organisation. Plus la valeur nominale est petite, plus les investisseurs seront nombreux et plus l'organisme devra disposer de ressources capables de gérer et maintenir le lien avec les investisseurs.

Entre accessibilité et gestion

Le choix de la valeur nominale est important, car elle va déterminer le nombre minimum de détenteurs d'obligations pour l'organisme et un seuil minimum d'investissement pour les investisseurs. Une valeur nominale de 200 \$ va certes permettre à l'organisme d'avoir un bassin d'investisseurs important, mais cela signifie que pour une émission de 20 000 \$ il faudra gérer 100 investisseurs.

Partage de certificat obligatoire

Il est possible d'accepter des demandes de partage de certificat, par exemple celles d'un investisseur qui souhaiterait partager un certificat avec un ami ou un membre de sa famille. Dans ce cas, pour l'organisme, une seule personne est détentrice de l'obligation, mais à titre d'information il consigne dans ses registres que ce certificat est partagé et prend note des personnes qui le partagent.



EXEMPLES

Valeurs nominales

GRAND COSTUMIER: 1000 \$

BÂTIMENT 7: 1000 \$

CINÉMA DU PARC: 500 \$

CENTRE L'ASSOMPTION: 500 \$ et 1000 \$

Notons que ces quatre émissions visaient essentiellement des citoyens et qu'elles comptaient plusieurs certificats partagés entre plusieurs personnes.

CSI: 10 000 \$ et 50 000 \$

WEST-END FOOD COOP: 100 \$, 500 \$ et 1000 \$

● Valeur maximale par souscripteur*

C'est le montant maximum auquel un investisseur peut souscrire. Il est recommandé de plafonner le montant par souscripteur afin d'éviter que des projets ne reposent que sur une poignée d'investisseurs, ou qu'un seul investisseur puisse mettre en péril la viabilité du projet ou de l'organisme.



EXEMPLES

Valeur maximale par souscripteur

GRAND COSTUMIER
5 000 \$, soit 25 %
du montant total émis

BÂTIMENT 7
10 000 \$, soit 20 %
du montant total émis

CINÉMA DU PARC
10 000 \$, soit 10 %
du montant total émis

● Taux d'intérêt*

Pour déterminer le rendement, soit le taux d'intérêt que l'organisme peut offrir à ses investisseurs, plusieurs éléments sont à considérer :

- les taux d'intérêt offerts sur le marché ;
- l'indice des prix à la consommation ;
- le terme des obligations (plus le terme est long, plus il serait logique que le taux soit élevé) ;
- les risques associés au projet ;
- la mission sociale de l'organisme ;
- le profil et les motivations de la communauté visée ;
- la capacité financière de l'organisme à générer des revenus, à payer les intérêts et à rembourser le capital au terme de l'émission.

Au Québec, à titre d'exemple, jusqu'ici les taux d'intérêt des obligations communautaires ont oscillé entre 0 et 5%.

Rendement fixe pendant la durée du terme

Les obligations communautaires proposent des taux d'intérêt fixes pendant la durée du terme.

Taux simples ou composés

Il est possible de proposer des taux d'intérêts simples ou composés*. Le taux d'intérêt est simple si les intérêts sont uniquement calculés sur le capital. Le taux d'intérêt est composé si, à la fin de chaque année, les intérêts générés sont ajoutés au capital pour produire de nouveaux intérêts.

Un geste solidaire plutôt qu'un investissement financier

Parmi les initiatives développées au Québec, on observe que l'intérêt des investisseurs n'est pas lié au rendement proposé. La motivation première est la volonté de soutenir la réalisation de la mission.



EXEMPLES

Taux d'intérêt

GRAND COSTUMIER,
BÂTIMENT 7
2%, taux composé

CINÉMA
DU PARC
2%, taux simple

CENTRE
L'ASSOMPTION
0%

● Modalités de paiement des intérêts

Tout dépend des montants :

- Pour des petits montants et pour éviter la lourdeur administrative, il est conseillé de verser les intérêts à terme.
- Pour des montants plus importants, les intérêts peuvent être versés annuellement, voire au semestre, mais il faut dès lors anticiper la gestion administrative de ces paiements.



À NOTER

Pour les investisseurs, les revenus d'intérêts sont assujettis à l'impôt. Au moment du paiement des intérêts, l'organisme doit transmettre à chaque investisseur un relevé provincial (relevé 3) et un relevé fédéral (relevé T5).

Il peut être proposé aux investisseurs de céder leurs intérêts à l'organisme. Dans le cas d'un organisme de bienfaisance, ce don permet à l'investisseur de bénéficier de déductions fiscales.



EXEMPLES

Modalités de paiement des intérêts

GRAND COSTUMIER, CINÉMA DU PARC ET BÂTIMENT 7

Paiement des intérêts à échéance



● Modalités de remboursement du capital

Le remboursement du capital se fait à échéance. Il est important de préciser plusieurs éléments aux investisseurs :

- Les détenteurs d'obligations sont au dernier rang du remboursement des créanciers, ce seront donc les derniers à être remboursés en cas de dissolution.
- Le remboursement du capital ne pourra être réalisé que s'il ne porte pas atteinte à la stabilité financière de l'organisme.

En effet, en écho à l'article 38 de la Loi sur les coopératives relative aux modalités de remboursement des parts, afin d'éviter de fragiliser l'organisme, il est recommandé de lier le remboursement des obligations

à la santé financière de l'organisme et de préciser que les détenteurs d'obligations ne pourront être remboursés :

- si l'organisme est insolvable ou le devenait suite à ce remboursement ;
- si le conseil d'administration démontre que le remboursement des obligations communautaires est susceptible de porter atteinte à la stabilité financière de l'organisme ;
- si l'organisme ne peut satisfaire à ses engagements auprès des tiers qui lui accordent une aide financière en raison du remboursement des obligations communautaires.

● Modalités de transfert, rachat avant terme et renouvellement

Modalités de transfert

L'organisme peut autoriser le transfert du titre à un autre investisseur. Cette modalité peut être permise en tout temps ou après une certaine période (par exemple 3 ans). Permettre le transfert donne une certaine souplesse à l'investisseur et une liquidité du titre qui peut le rendre plus attractif. Le plus souvent, le transfert doit cependant être accepté et coordonné par l'organisme émetteur.

Modalités de rachat avant terme

Selon sa capacité financière, l'organisme peut offrir ou non le rachat avant terme.

Modalités de renouvellement

Il est recommandé d'informer les investisseurs 2 à 3 mois avant que les obligations n'arrivent à terme et de les questionner sur leur volonté de renouveler ou non leur investissement aux mêmes conditions.



EXEMPLES

Modalités de transfert

GRAND COSTUMIER ET CINÉMA DU PARC

Non rachetable avant terme, transférable après 3 ans

BÂTIMENT 7

Non rachetable avant terme, transférable



● Stratégie de sortie et mesures de sécurité

Il est essentiel de planifier les stratégies de remboursement des obligations en amont de l'émission. Comme les obligations sont le plus souvent non garanties et que les détenteurs d'obligations sont positionnés au dernier rang des créanciers, il est important de rassurer les investisseurs en précisant les mesures prises pour sécuriser et gérer au mieux le capital investi, comme la constitution d'un fonds de prévoyance, le refinancement des obligations, la mobilisation de nouveaux investisseurs, la détention d'actifs immobiliers qui assure une capacité d'emprunt résiduelle, etc. L'organisme peut également développer une stratégie qui vise à ce qu'une partie des investisseurs décident finalement de renouveler les obligations ou de les convertir en dons.

Un mélange de plusieurs stratégies est possible. À titre d'exemples, voici trois stratégies différentes :

1. Alimenter un fonds de prévoyance à hauteur de 40 % du montant émis.

+

Travailler au renouvellement des investissements de 30 % des détenteurs d'obligations.

+

Rechercher de nouveaux investisseurs en vue de transferts à hauteur de 30 % du montant émis.

2. Alimenter un fonds de prévoyance à hauteur de 60%.

+

Réaliser une nouvelle émission qui prendra la relève et financera les premiers investisseurs.

3. Alimenter un fonds de prévoyance à hauteur de 100%.

+

Prévoir le remboursement de l'ensemble des investisseurs à échéance.



EXEMPLES

GRAND COSTUMIER, CINÉMA DU PARC

Ouverture d'un fonds de prévoyance (objectif minimal de 33 %, mais dans les faits volonté de 100 %) alimenté mensuellement par l'organisme (dépôt à terme garanti avec une institution financière).

BÂTIMENT 7

Les obligations communautaires deviennent effectives au moment de la cession du bâtiment. Une fois propriétaire du bâtiment, la détention d'actifs immobiliers sécurise les investisseurs. Le montant total émis ne sera jamais supérieur à la différence entre la valeur marchande du bâtiment et l'endettement de l'organisme.

● Information continue

Préciser quelles seront les modalités retenues par l'organisme pour assurer une information en continu avec les investisseurs solidaires. Cela peut être, à titre d'exemples :

- la tenue d'un événement annuel ;
- l'envoi d'une infolettre ;
- une invitation à l'assemblée générale annuelle.

Les objectifs de ces rendez-vous sont de :

- maintenir le contact et le lien avec les investisseurs ;
- mettre à jour leurs coordonnées ;
- sonder la volonté de renouveler l'investissement ;
- les tenir informés de l'emploi des fonds et du développement de l'organisme, rendre des comptes à ces partenaires investisseurs ;
- répondre à d'éventuelles questions.



EXEMPLE

CINÉMA DU PARC

Il a été décidé d'organiser annuellement une projection de film en avant-première pour rencontrer les investisseurs solidaires et les informer sur le développement du projet de modernisation du cinéma.

Fixer les conditions d'émission est une des étapes les plus importantes du processus. L'émission se réalise de manière itérative et collaborative (l'équipe, les administrateurs, les partenaires, les alliés de la communauté). Une fois qu'un scénario réaliste est retenu, il est important de prendre le temps de concevoir la trousse qui sera remise aux investisseurs.



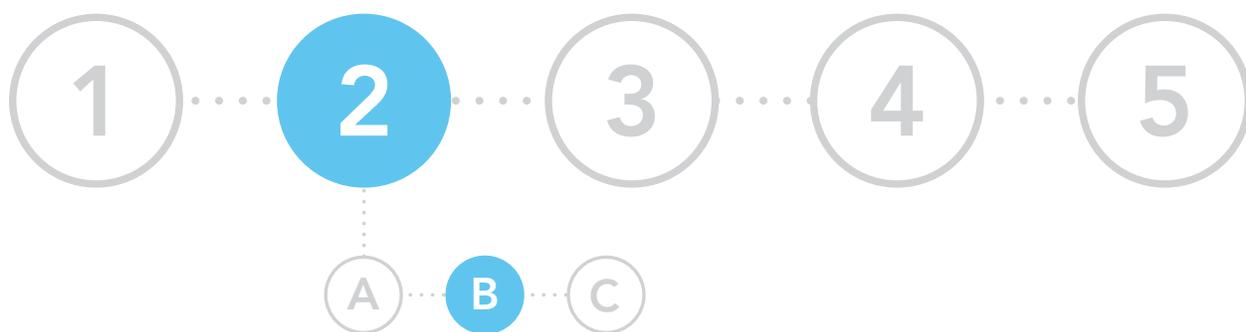
À NOTER

Sommaire des conditions d'émission

Une fois fixées, les caractéristiques des obligations sont résumées dans un document intitulé « sommaire des conditions d'émission » adopté par le conseil d'administration avant le lancement de l'émission.

Plusieurs catégories d'obligations

Il est possible, lors d'une même émission, de proposer plusieurs catégories d'obligations qui ont des termes, des taux et des valeurs nominales différentes, qui visent des catégories d'investisseurs différentes. Dans ce cas, le « sommaire des conditions d'émission » documentera les conditions d'émission spécifiques pour chacune des catégories proposées.



PHASE B

Élaborer la trousse de l'investisseur et les outils de gestion



La trousse de l'investisseur*

La trousse de l'investisseur est remise à tout souscripteur qui souhaite acheter des obligations. Elle comprend :

- le document d'information ;
- le sommaire des conditions d'émission ;
- le formulaire de souscription ;
- un certificat d'obligation.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site internet de [l'ampli](#).



Document d'information*

Le document d'information est un document majeur. Même si les organismes à but non lucratif sont dispensés de produire un prospectus, les investisseurs doivent être en mesure de prendre une décision d'investissement éclairée. C'est ce à quoi sert le document d'information.

Dans l'esprit du prospectus*, le document d'information fournit des renseignements détaillés sur les titres offerts, les risques associés à ces titres et des informations sur les activités et la situation financière de l'organisme. L'information doit être véridique et claire. Il s'agit d'être le plus transparent possible et d'engager une relation de confiance avec les investisseurs.

Pour ce faire, voici les principaux éléments que devrait contenir le document d'information :

1. Informations sur l'organisme

- Informations administratives sur l'entreprise (nom, statut, numéro d'entreprise du Québec, coordonnées, site internet, courriel)
- Mission, services/produits et bref historique
- Modèle d'affaires
- Santé financière (résumé des états financiers) et perspectives financières
- Perspectives de développement
- Retombées des activités de l'organisme dans la communauté

L'information sur la santé financière de l'organisme est essentielle pour l'investisseur. Le degré d'information à fournir sur l'envergure

du projet et de l'émission est laissé à la discrétion de l'organisme. Une synthèse d'une page qui résume les principaux points des états financiers des deux dernières années devrait minimalement être fournie. En annexe ou sur demande des investisseurs, des renseignements détaillés devraient être transmis aux souscripteurs potentiels qui souhaitent avoir plus d'information.

2. Informations sur la gouvernance de l'organisme

- Membres du conseil d'administration
- Parcours et expertises de l'équipe

L'historique de l'organisme, les réalisations, la renommée, et l'expertise des membres de l'équipe et des administrateurs sont importants pour les investisseurs. Il est donc nécessaire de décrire brièvement qui sont les porteurs de l'organisme.

3. Informations sur le projet visé par l'émission

- Renseignements sur le projet
- Emploi des fonds
- Montage financier

De manière relativement concise, il faut décrire le projet sur lequel porte spécifiquement l'émission d'obligations, à quelles fins seront utilisés les fonds, quel est le budget du projet et quels sont les autres partenaires financiers (confirmés ou à confirmer).

4. Informations sur les obligations communautaires

- Définition des obligations communautaires
- Risques associés aux titres
- Mesures pour sécuriser le remboursement
- Retombées du soutien

Les obligations communautaires sont encore méconnues du public. Il faut donc **décrire** brièvement leur mode de fonctionnement. Il est également important de mentionner clairement les risques associés à ces titres et les mesures que l'organisme prend pour sécuriser au mieux le remboursement des créanciers. Finalement, le document d'information doit permettre de répondre aux questions suivantes : Pourquoi investir ? Quelles seront les retombées de cet investissement pour la communauté ? Quelle différence ce soutien fera-t-il dans le développement du projet et la réalisation de la mission de l'organisme ?

5. Sommaire des conditions d'émission d'obligations communautaires

(voir section précédente)

Il faut inclure le sommaire des conditions d'émission qui décrit les caractéristiques des obligations émises.

6. Étapes à suivre et coordonnées

pour toute personne intéressée à souscrire des obligations.

Il est important de conclure sur les prochaines étapes pour guider l'investisseur et offrir de l'information complémentaire.



À NOTER

- Il est nécessaire de préciser dans le document d'information que l'organisme ne propose aucun conseil en placement.
- Le contenu du document doit être clair et pédagogique (choix du vocabulaire).
- L'information doit être véridique et les projections doivent être présentées comme telles.
- Le document d'information sera plus ou moins long et détaillé selon l'envergure de l'émission. Plus léger que le prospectus ou la notice d'offre, ce document doit cependant être suffisamment complet pour bien éclairer le souscripteur. Il s'agit donc de trouver un certain équilibre.

Sommaire des conditions d'émission

Une fois les conditions d'émission fixées (voir section 2 Phase A, p. 59), elles sont résumées dans un document intitulé «Sommaire des conditions d'émission».

Les conditions d'émission doivent être adoptées par le conseil d'administration avant le lancement de l'émission.

Formulaire de souscription*

Le formulaire (ou contrat) de souscription constitue le document contractuel qui confirme l'engagement des investisseurs à acheter des obligations communautaires.

Il est important d'y inclure certaines informations minimales telles que :

- nom du souscripteur ;
- nombre d'obligations souscrites ;
- montant total investi ;
- catégorie de l'obligation retenue (le cas d'échéant) ;
- date à laquelle l'obligation est effective.

Il doit également préciser que le souscripteur a :

- lu le document d'information ;
- lu les conditions d'émission ;
- pris connaissance des risques associés aux titres.

Il peut également contenir d'autres informations telles que :

- le souhait que les intérêts sur les obligations soient versés en don à l'organisme émetteur ;
- la perspective de renouveler ou non l'obligation à terme (à titre informatif et sans engagement) ;
- l'acceptation que le nom du souscripteur figure à titre de détenteurs d'obligations dans les communications de l'organisme, etc.



À NOTER

- Le sommaire des conditions d'émission, qui rappelle l'ensemble des caractéristiques des titres, doit être annexé au formulaire de souscription.
- Le formulaire de souscription doit être signé par le souscripteur et un membre de l'organisme émetteur (direction, président ou trésorier).
- L'organisme émetteur doit remettre une copie du formulaire signé au souscripteur et garder une copie pour ses registres.

Certificat d'obligation*

Le certificat constitue la reconnaissance de dette de l'organisme émetteur. Il est signé par un membre du conseil d'administration de l'organisme émetteur et remis au souscripteur une fois le contrat de souscription signé et l'argent encaissé par l'organisme. Pour rappel, il est judicieux d'annexer au certificat d'obligation les conditions d'émission.



À NOTER

Symbole du partenariat entre l'organisme et l'investisseur solidaire, il est intéressant de penser à la facture graphique du certificat.

Autres documents (le cas échéant)

Formulaire d'intention

Si un organisme envisage d'émettre mais n'est pas encore prêt, il peut entreprendre le processus en sondant l'intention des membres de la communauté d'acheter des obligations. Dans ce cas, un formulaire d'intention peut être utile. L'idée ici est de se constituer une banque d'investisseurs à relancer lorsque l'émission d'obligations sera lancée. Le formulaire d'intention est donc une étape qui précède le formulaire de souscription.



EXEMPLE

Formulaire d'intention

En 2006, la Radio **CIBL** a organisé une soirée d'information sur ses projets de développement et les conditions envisagées d'émission pour sonder des investisseurs potentiels. Au cours de la soirée, une soixantaine d'investisseurs ont signé le formulaire d'intention. Pour différentes raisons, CIBL n'a finalement pas émis d'obligations communautaires.

Entente de confidentialité

Dans certains secteurs d'activités particulièrement concurrentiels, il peut être délicat de transmettre au grand public de l'information stratégique sur les données du secteur et le développement de l'organisme. Certains organismes souhaiteront donc que l'information transmise dans le cadre de l'émission d'obligations communautaires demeure confidentielle et ajouteront à la trousse de l'investisseur une entente de confidentialité à faire signer aux investisseurs solidaires.



EXEMPLE

Entente de confidentialité

Le conseil d'administration du **CINÉMA DU PARC**, dont l'activité commerciale est relativement concurrentielle, souhaitait développer une relation de confiance mutuelle avec les nombreux investisseurs solidaires et éviter que l'information stratégique ne circule auprès de ses concurrents. Il a donc rédigé une entente de confidentialité que chaque souscripteur a signée.



À NOTER

Quelques conseils sur la trousse de l'investisseur :

- **Le fond et la forme**

Il est important de ne négliger ni le fond ni la forme des documents de la trousse de l'investisseur. Les documents doivent être de qualité car ils reflètent le professionnalisme et l'image de marque de l'organisme émetteur. Il est donc conseillé de faire réviser l'orthographe et de faire un effort de graphisme.

- **Validation par un juriste**

Il est recommandé de faire valider les documents de la trousse de l'investisseur par un avocat ou un juriste.

- **Bilinguisme**

Pour les projets qui ciblent la communauté anglophone, il est évidemment recommandé d'offrir des documents bilingues dans la trousse de l'investisseur.

- **Accessibilité**

La trousse de l'investisseur doit être facilement accessible, idéalement sur le site web de l'organisme.

- **Documentation en ligne**

Pour des campagnes d'envergure, il est conseillé de mettre les documents en ligne afin de pouvoir consulter, remplir et signer la documentation, le tout de manière sécurisée. Ceci permet de gagner du temps dans la gestion administrative des documents, mais assure également une systématisation de la divulgation des informations.



Les outils de gestion

Registre des détenteurs d'obligations*

Le registre des détenteurs d'obligations est un document comprenant minimalement:

- nom et prénom du détenteur d'obligation;
- adresse;
- téléphone;
- courriel;
- nombre d'obligations communautaires (OC) détenues;
- montant total acheté;
- numéro(s) de certificat(s);
- catégorie (le cas échéant);
- certificat partagé (le cas échéant);
- date de l'émission;
- date d'échéance;
- transfert ou rachat avant terme (le cas échéant);
- nom du nouveau détenteur (s'il y a transfert);
- perspectives de renouvellement (le cas échéant);
- autres/commentaires.

Pour des campagnes relativement modestes, le registre peut être tout simplement un fichier Excel que l'administration conserve durant toute la durée du terme.

Pour des campagnes d'envergure, notamment pour celles qui dépassent 100 investisseurs ou si l'organisme prévoit plusieurs émissions successives (et donc gérer des dates d'émission différentes et un nombre important d'investisseurs), une base de données peut être utile pour faciliter la gestion de l'information. Faire des sauvegardes dans des dossiers est fortement recommandé. Il est primordial de ne pas perdre l'information.



EXEMPLE

Registre des détenteurs d'obligations

Le **CINÉMA DU PARC** a dû gérer 189 investisseurs. Partant initialement d'un fichier Excel, il a rapidement vu la nécessité d'intégrer les investisseurs solidaires dans une base de données (FileMaker) conçue pour ses membres détenteurs de la carte de cinéma. Il a ainsi créé un fichier pour chaque investisseur et consigné dans la base de données l'ensemble des informations utiles. De cette façon, le suivi avec les investisseurs sera automatisé et plus rigoureux.

Mode de paiement

Plusieurs options de paiement sont possibles :

- chèque, la plus traditionnelle, mais également la plus lourde à gérer quand l'organisme compte des centaines de souscripteurs;
- carte de débit ou crédit;
- paiement en ligne avec des comptes de type PayPal.



À NOTER

L'encaissement est à prévoir à la date de l'émission. Il est donc important de planifier cette étape qui peut être laborieuse pour des campagnes d'envergure.

D'un point de vue administratif, il est important de conserver la preuve de chaque paiement (copie du chèque ou confirmation d'encaissement pour une carte de débit ou de crédit) dans chaque dossier d'investisseur.



EXEMPLES

Mode de paiement

Les projets pilotes ont surtout utilisé le mode de paiement par chèque.

GRAND COSTUMIER

Avec 18 investisseurs, la réception et l'encaissement des chèques a été relativement simple.

CINÉMA DU PARC

60 % des paiements ont été réalisés par chèque, le reste par Interac. Un mode de paiement en ligne leur aurait grandement facilité la tâche.

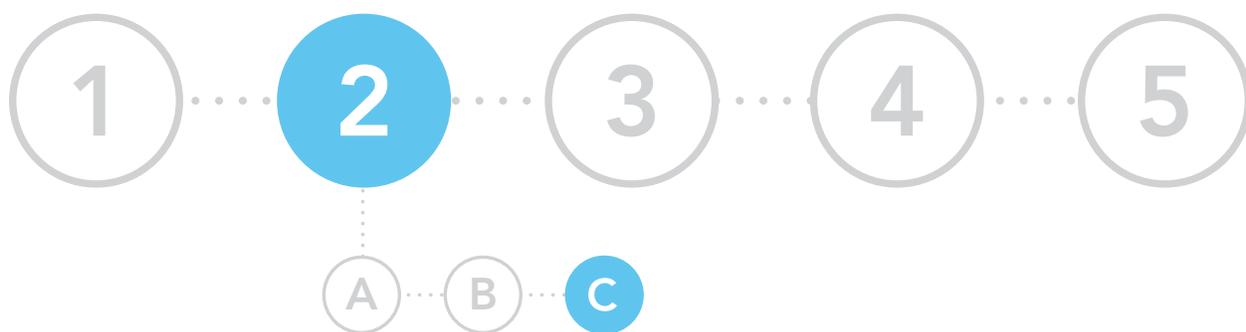
Conservation des données (papier et électronique)

Dans un souci de pouvoir gérer au mieux la relation avec les investisseurs durant toute la durée du terme ainsi qu'au moment du renouvellement ou du remboursement, il est important de conserver (en format papier et électronique) l'ensemble des données des investisseurs :

- noms et coordonnées, numéro de certificat (registre des détenteurs d'obligations);
- preuve du paiement;

- copie du formulaire de souscription signée;
- copie du certificat d'obligation.

Aussi, il est important de s'imaginer que dans 5 ou 10 ans l'équipe sera peut-être partiellement ou entièrement renouvelée. Les informations doivent donc être classées avec rigueur pour faciliter une éventuelle reprise des dossiers par de nouveaux employés.



PHASE C

Concevoir la stratégie de mobilisation et les outils de communication

Les conditions d'émission sont fixées, la trousse de l'investisseur est élaborée, les outils de gestion sont prêts, reste à mettre sur pied la stratégie de mobilisation, à concevoir les outils de communication et à planifier les activités.

Stratégie de mobilisation

Les actions de communication seront différentes en fonction du profil de la communauté visée. Il est important d'éviter l'improvisation et de préparer au mieux un plan de mobilisation (même s'il doit être ajusté en cours de route en fonction des réponses de la communauté).

Pour une campagne de moindre envergure, il peut être plus difficile de consacrer du temps à une véritable stratégie de mobilisation. La vente des titres passe surtout par le premier cercle de soutien, et la campagne peut rester relativement silencieuse et passer en premier lieu par l'envoi de courriels personnalisés ou par des appels téléphoniques aux contacts de la direction.

Pour une campagne d'envergure, la mobilisation va au-delà du premier cercle de soutien. Il s'agit d'élargir le bassin d'investisseurs potentiels. L'organisme doit s'interroger sur :

- la meilleure manière de joindre les investisseurs visés;
- les activités possibles pour faire rayonner le plus largement possible le projet d'émission;

- l'histoire qu'il souhaite raconter et qui interpellera la communauté;
- les tribunes publiques dont il dispose pour transmettre cette histoire.

Quelle que soit l'envergure de la campagne, tous doivent être interpellés: direction, équipe, membres du conseil d'administration, familles, amis, anciens collègues, partenaires, utilisateurs, clients... Tous ceux qui connaissent l'équipe ou l'organisme souhaiteront certainement soutenir la mission ou relayer l'information. Des personnalités publiques ou du moins des personnes ayant un large réseau d'influence peuvent également étendre la portée du message. L'unique contrainte que doit respecter l'organisme: ne rémunérer aucun courtier pour vendre les titres.

Il est important de planifier cette stratégie en amont du lancement de l'émission.

Outils de communication

Document de communication (*pitch*)

En ce qui concerne la communication, le document d'information ne suffit pas. Il est nécessaire de disposer d'un document succinct, un *pitch* de deux-trois pages maximum, qui donne envie aux souscripteurs potentiels d'en savoir plus sur le projet et l'émission d'obligations. L'idée est de pouvoir en quelques lignes, en quelques secondes, présenter le projet, expliquer les obligations et démontrer en quoi la communauté peut faire pencher la balance. Cet outil de communication

doit être graphiquement attrayant, bilingue si la communauté s'y prête, et très facilement accessible (sur le site web, par courriel, sur les réseaux sociaux, etc.).

Espace dédié sur le site web

Le site web de l'organisme doit pouvoir donner l'information à tout souscripteur qui a entendu parler des obligations communautaires. Il est donc important de prévoir un espace sur le site web dédié aux obligations et d'y rassembler l'ensemble de la documentation.

Foire aux questions (FAQ)

Il peut être utile de préparer une liste de questions/réponses que pourraient poser les investisseurs potentiels (disponible, par exemple, sur le site internet). Les mêmes questions reviennent souvent, il est important de s'y préparer. Par exemple :

- À quoi va servir mon argent ?
- Comment ça fonctionne ?
- Quelle est la différence entre les obligations communautaires et le financement participatif ?
- Est-ce qu'il y a un risque que je ne retrouve pas mon argent ?
- Est-ce que je peux bénéficier d'incitatifs fiscaux ?
- Si j'ai besoin de mon argent, est-ce que c'est possible de le récupérer avant la fin du terme ?
- Est-ce que je peux bénéficier de droits de vote particuliers si je deviens un investisseur ?

Médias

Pour certains organismes qui disposent d'une belle visibilité médiatique, le relais à travers les médias peut permettre de mobiliser largement la communauté visée. Rédiger différents textes qui peuvent être utilisés par les médias permettra de maîtriser l'information.

Courriel type

La rédaction d'un courriel type peut permettre aux employés, aux administrateurs et aux partenaires de retransmettre l'information dans leurs réseaux.

Autres outils

Différents supports peuvent être utiles selon l'activité de l'organisme. Par exemple, le Cinéma du Parc a diffusé un court message avant la présentation des films et a envoyé des infolettres aux abonnés.

Activités

Événement de lancement

Un événement pour lancer la période de vente (ou se greffer à un événement public déjà programmé) peut être une bonne occasion pour réunir, mobiliser et informer la communauté du projet et de l'émission d'obligations.

Séances d'information

Sous un format plus restreint, une séance d'information peut être organisée pendant la période de vente afin de répondre aux questions, donner plus d'information et regrouper les investisseurs potentiels.

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux peuvent également être un véhicule approprié pour mobiliser, communiquer, relancer la communauté et susciter son intérêt.



EXEMPLES Activités

GRAND COSTUMIER

Campagne silencieuse incluant envoi de courriels, appels téléphoniques, mobilisation du réseau du conseil d'administration et de la direction, information sur l'émission lors de l'événement de lancement du Grand Costumier, etc.

CINÉMA DU PARC

Utilisation des réseaux sociaux, envoi d'infolettres, forte présence dans les médias, capsule d'information au début des séances des films, etc.

BÂTIMENT 7

Séance d'information organisée auprès d'une vingtaine de membres de la communauté pour donner des informations sur l'état d'avancement du projet, expliquer les obligations communautaires, répondre aux questions et susciter l'intérêt.



Émission

 Le moment d'émettre est venu!

Période de vente

L'ouverture de la période de vente signifie le début de la vente des titres, et donc la mise en œuvre de la stratégie de mobilisation et de communication.

Il s'agit alors de diffuser les outils, d'être disponible pour répondre aux questions et de mobiliser l'ensemble de l'équipe, les administrateurs et les partenaires clés pour en faire des agents multiplicateurs.



EXEMPLES

Période de vente

GRAND COSTUMIER

Évalue avoir sollicité (ou contacté) environ 30 personnes. Parmi elles, 18 ont souscrit des obligations (soit environ 60%).

CINÉMA DU PARC

A reçu près de 350 demandes d'information, 189 ont finalement souscrit des obligations communautaires (soit environ 50%). Parmi ces 189 investisseurs, on trouve 182 citoyens, 4 entreprises, 2 coopératives et une fondation.

BÂTIMENT 7

Parmi les 23 investisseurs, 22 étaient des citoyens et 1 était un organisme et futur locataire de l'espace.

Les trois campagnes visaient essentiellement des citoyens. Parmi les apprentissages tirés de ces trois expériences, tous ont sous-estimé le temps nécessaire pour répondre aux questions des citoyens pendant la période de vente, que ce soient sur le projet ou plus spécifiquement sur le mode de fonctionnement des obligations.

Clôture de la période de vente

Cette dernière étape est importante. Elle marque la fin du processus de vente des obligations et peut demander un temps important pour des campagnes d'envergure qui mobilisent de nombreux investisseurs.

La clôture de la période de vente comprend notamment :

- la vérification des documents ;
- la signature du formulaire de souscription par l'ensemble des parties (souscripteur et émetteur) ;
- l'encaissement des paiements ;
- l'envoi des documents aux souscripteurs :
 - formulaires de souscription signés,
 - certifications d'obligations,
 - remerciements aux investisseurs ;
- la tenue d'un dossier (web et papier) pour chaque investisseur (copie du formulaire de souscription, du certificat d'obligation et du paiement) ;
- la tenue du registre des investisseurs ;
- la diffusion d'un communiqué de presse et d'un mot dans les réseaux sociaux sur la réussite de l'émission.

Le processus doit être relativement fluide. Idéalement, il ne doit pas y avoir trop de temps entre la fin de la période de vente et le moment où les investisseurs reçoivent l'ensemble de la documentation.



À NOTER

Le remerciement aux investisseurs est symbolique mais important, puisqu'il marque le début d'une relation de partenariat.

À la fin de cette étape, l'équipe (direction, employés, administrateurs) doit prendre le temps d'évaluer la démarche : atteinte des objectifs, retombées à court terme pour l'organisation, temps investi, bons coups et irritants, suites, etc.



Gestion



Gérer les investisseurs

Pendant toute la durée du terme

Information en continu

Minimalement une fois par an, afin de maintenir le contact avec les investisseurs et les partenaires, ils doivent être informés sur l'emploi des fonds, le développement du projet et l'évolution de l'organisme.

La bonne gestion de cette relation est extrêmement importante pour contribuer à développer, chez les investisseurs et les partenaires, un sentiment d'appartenance à l'organisation. Elle peut également avoir un impact sur la volonté de renouveler la confiance lors d'une nouvelle émission ou au moment du renouvellement des obligations.

Exemples d'activités

Courriel, infolettre, invitation à une rencontre annuelle, événement, assemblée générale...

Gestion en continu

Le registre des obligataires doit être tenu à jour, notamment les coordonnées des investisseurs, pour s'assurer qu'à échéance ils seront facilement joignables.

Dans le cas de paiement d'intérêt annuel, les intérêts doivent être versés et les reçus fiscaux remis.

Le cas échéant, les demandes de transfert ou de rachat avant terme doivent être gérées.



À NOTER

Quelle que soit la rotation du personnel, il est important de transférer l'information aux nouveaux employés afin que cette documentation et la gestion des investisseurs soient maintenues tout au long du terme.

Anticipation et planification du remboursement:

- avec la comptabilité, maintenir le suivi sur la capacité de remboursement à terme des obligations;
- mettre en œuvre les différentes stratégies envisagées, notamment:
 - alimenter le fonds de prévoyance,
 - chercher de nouveaux investisseurs,
 - organiser une nouvelle émission.



Renouvellement ou remboursement



Renouveler ou rembourser
les obligations

La dernière étape, une fois arrivé à échéance, est de planifier et de réaliser le remboursement des obligations communautaires.

Quelques mois avant la fin du terme et à terme

Idéalement deux à trois mois avant l'échéance, un message devrait être envoyé (par courrier ou par courriel) à chaque investisseur pour les informer ou leur rappeler que les obligations arrivent à échéance, et leur proposer les différentes options qui s'offrent à eux :

- renouveler l'investissement ;
- convertir le prêt en don ;
- être remboursé.

Il est nécessaire d'effectuer le remboursement du capital, de payer les intérêts et de remettre les reçus fiscaux.

Finalement, les investisseurs sont remerciés et informés des réalisations que l'organisme a pu faire grâce aux montants prêtés.

Conclusion

Ce livret visait à guider les entreprises d'économie sociale dans les cinq moments clés du processus d'émission d'obligations communautaires, soit la planification, la conception, l'émission, la gestion et le renouvellement/remboursement.

Pour s'inspirer d'expériences réelles, le Livret 4 propose le récit des émissions des organismes pilotes avec lesquels le TIESS a travaillé pour l'élaboration de ce guide: le Grand Costumier, le Bâtiment 7, le Cinéma du Parc et le Théâtre Empress. Il est également possible de consulter le tableau synthèse du [Livret 1, Exemples d'émissions d'obligations communautaires au Québec et en Ontario](#) 8.

Enfin, il existe dans chaque région différentes organisations de soutien à l'économie sociale qu'il est possible de consulter pour obtenir conseils et accompagnement, que ce soit un CLD (Centre local de développement), une CDEC (Corporation de développement économique communautaire), PME MTL à Montréal, une SADC (Société d'aide au développement des collectivités), un CAE (Centre d'aide aux entreprises), une MRC (Municipalité régionale de comté) ou encore un Pôle d'économie sociale et le Chantier de l'économie sociale.





LIVRET

4

Études de cas

Récits de différentes
émissions d'obligations
communautaires

AVANT-PROPOS

Le TIESS a suivi et documenté, entre avril 2016 et juin 2017, le processus d'émission d'obligations communautaires de quatre organismes: le Grand Costumier, le Bâtiment 7, le Cinéma du Parc et le Théâtre Empress.

On retrouve succinctement dans ce livret leurs expériences: les objectifs et les caractéristiques de leur émission d'obligations communautaires, les résultats obtenus, les points forts et finalement les apprentissages issus de leur émission.

L'objectif de ces récits est de présenter différents cas d'émission d'obligations communautaires afin d'inspirer et nourrir d'autres entreprises d'économie sociale intéressées par cet outil de financement et de mobilisation. Le livret comprend :

- 1 **Le Grand Costumier**
- 2 **Le Bâtiment 7**
- 3 **Le Cinéma du Parc**
- 4 **Le Théâtre Empress**
- 5 **Revue de presse**

1

Le Grand Costumier



Crédit photo : Sylviane Robini

« On crée avec l'émission d'obligations communautaires une communauté de soutien, un réseau de gens qui apportent expertises et conseils, ce qui est central en tant qu'entreprise d'économie sociale et en lien avec notre mission. »

Marie Houde,
directrice du Grand Costumier

LE
**GRAND
COSTUMIER**
MONTREAL

Après la fermeture du costumier de Radio-Canada en décembre 2014, des acteurs provenant d'une diversité de milieux, partageant la même volonté de préserver ce patrimoine culturel et de maintenir son accessibilité pour la communauté artistique, ont uni leurs forces dans cette opération de sauvegarde peu commune.

Le Grand Costumier est une entreprise d'économie sociale née en juin 2015 dont la mission vise à préserver l'intégrité de la collection reçue de Radio-Canada, à la bonifier et à en assurer la gestion au bénéfice de la création artistique. Il veille à faire rayonner l'incalculable patrimoine culturel que représente cette collection et à valoriser les métiers du costume.

Le Grand Costumier offre aujourd'hui un service de location de costumes aux producteurs professionnels. Ses clients sont les costumiers et designers œuvrant pour la production médiatique (télévision, cinéma, publicité et médias numériques) et des arts vivants (théâtre, danse, événements culturels).

grandcostumier.com

Des obligations communautaires pour financer la restauration de la collection de costumes du Grand Costumier

Emblématique de la créativité québécoise, la collection du Grand Costumier compte près de 100 000 costumes et accessoires et représente une vitrine sur le savoir-faire des métiers du costume. Il s'agit d'une collection de haute qualité, confectionnée selon les règles de l'art; la plupart des tissus et des garnitures sont fabriqués avec des fibres

naturelles (recherchées par les créateurs pour leur qualité de tombée et de vraisemblance), de nombreux accessoires sont confectionnés en matériaux véritables, qui traversent l'épreuve du temps et qui peuvent servir un large éventail d'époques et de styles. La qualité de confection de la collection requiert néanmoins un entretien constant.

L'émission de 20 000 \$ d'obligations communautaires visait à restaurer une partie des costumes au sein de l'atelier de confection du Grand Costumier.



La campagne en bref

- **OBNL, location de costumes**
- **Entreprise en démarrage**
- **Projet visé:** restauration d'une partie de la collection de costumes
- **Objectif de l'émission:** offrir à la communauté de soutien l'occasion de s'investir dans le Grand Costumier
- **Montant visé par l'émission:** 20 000 \$ (100 % du montage financier du projet de restauration)
- **Durée de vente:** 2 mois (du 3 octobre au 30 novembre 2016)
- **Terme:** 5 ans
- **Valeur nominale:** 1000 \$
- **Valeur maximale par souscripteur:** 5 000 \$ (25 % du montant total émis)
- **Taux d'intérêt:** 2 % (intérêt composé et versé à échéance)
- **Modalités:** obligation non rachetable avant terme, transférable après 3 ans
- **Gestion des risques:** constitution d'un fonds de prévoyance (30 % du montant émis)



Les résultats

- **Montant atteint:** 20 000 \$ (100 % du montant visé)
- **Nombre d'investisseurs:** 18
- **Profil des investisseurs:** 16 citoyens, 2 entreprises
- **Montant moyen par investisseur:** 1100 \$ (maximum: 2000 \$)
- **Motivation des investisseurs:** engagement envers la mission du Grand Costumier avant tout
- **Moyens de mobilisation:** réseaux de la direction et du conseil d'administration (par courriel, téléphone), réseaux sociaux, achat par des personnalités publiques
- **Investissement en temps pour l'organisme:** environ 35 heures pour la conception et l'émission – ce temps n'inclut pas le temps qui sera dédié à la gestion des investisseurs pendant la durée des obligations



Les forces de l'émission

- Bien qu'il s'agisse d'une jeune organisation, le Grand Costumier bénéficie d'une grande notoriété et d'un rayonnement à l'échelle provinciale.
- L'organisme a construit des partenariats forts. Il est aussi géré par un conseil d'administration solide, doté d'expertises variées et d'un vaste réseau.
- La réussite de la campagne de financement participatif réalisée en juillet 2016 (30 000 \$) a apporté encore plus de visibilité à l'organisme. La campagne a démontré la capacité du Grand Costumier à rallier la communauté.
- L'émission de 20 000 \$ d'obligations communautaires est de modeste envergure, mais réaliste par rapport à la capacité financière de l'organisme et lui fait prendre peu de risque.
- Le Grand Costumier dispose d'une petite équipe (3 personnes à la production et 1 à l'administration), ce qui laisse peu de temps pour gérer ce type de stratégie de financement. Mais le réalisme et la solidité de la direction permettent d'envisager une gestion relativement aisée du lien avec les 18 investisseurs.

Les retombées (à court terme)

« Émettre les premières obligations communautaires à Montréal démontre que nous sommes innovants, que nous nous intéressons à de nouvelles façons de faire pour diversifier nos sources de financement. »

Marie Houde, directrice du Grand Costumier

Jumelée à la campagne de financement participatif, l'émission d'obligations communautaires a continué d'apporter à l'organisme une grande visibilité. Elle a fait la démonstration de la capacité d'innovation du Grand Costumier et devient un solide argumentaire auprès de partenaires et de bailleurs de fonds potentiels. L'émission a ainsi contribué à créer un effet de levier non négligeable pour le développement de futurs projets.

Les apprentissages

- La réussite d'une émission d'obligations communautaires réalisée par un **organisme en démarrage** comme le Grand Costumier dépend grandement de sa **notoriété** et de son **rayonnement**.
- Les campagnes de **financement participatif** et d'**obligations communautaires** peuvent être complémentaires et s'intégrer dans une stratégie de financement plus globale. D'ailleurs, une campagne de financement participatif peut permettre d'obtenir une visibilité utile à l'émission d'obligations communautaires.
- Alors que la campagne de financement participatif a nécessité une stratégie énergique de mobilisation sur les réseaux sociaux, la vente des obligations communautaires a été une **campagne silencieuse**.
- Mettre sur pied un **groupe de travail** incluant des **administrateurs** pour soutenir la direction dans la conception des obligations est utile pour informer et impliquer le conseil d'administration, et pour inciter ses membres à mobiliser leurs réseaux pour tester et bonifier la proposition. Il est important de **clarifier les rôles** de chacun pendant la campagne d'émission.
- Bien que le Grand Costumier se soit donné une période de 2 mois pour vendre les obligations, tout s'est joué durant les **deux dernières semaines**.
- Peu d'investisseurs ont posé des questions sur les perspectives financières. Ils se sont engagés avant tout par **coup de cœur**. Il est cependant important que l'organisme soit prêt, pour ceux qui ont besoin de plus d'informations avant de s'engager, à présenter les détails financiers, à être transparent et réaliste tout en étant optimiste (comme avec tout bailleur de fonds).
- L'émission du Grand Costumier montre qu'il est possible de réaliser des émissions de **petite envergure**, qui peuvent rester **simples** et **faciles à gérer** pour de petites équipes.
- Le Grand Costumier a continué d'être sollicité par des investisseurs après la clôture de la période de vente. Une **liste d'investisseurs** potentiels a été constituée et servira lors d'une prochaine émission.

2

Le Bâtiment 7

« Un excellent outil pour démontrer aux bailleurs de fonds le soutien concret de la communauté et pour réseauter. »

Kevin McMahon, chargé de projet finances Bâtiment 7



Crédit photo: Poddubiuk architecte, dessin de JB Bouillant

Le projet du Bâtiment 7 est porté par un organisme à but non lucratif né en 2009 à Pointe-Saint-Charles à Montréal. À la suite d'une longue mobilisation citoyenne qui aura duré plus de 10 ans, l'organisme s'est réapproprié le Bâtiment 7, deux immeubles industriels d'intérêt patrimonial totalisant 90 000 pi² sur les anciens terrains du CN, en vue d'en faire un projet exemplaire de transformation sociale, culturelle, économique, politique et écologique. La conversion du Bâtiment 7 se réalisera en deux phases, commençant par le pôle des pratiques (pratiques collaboratives et services de proximité), suivi du pôle famille-santé-alimentation (CPE, centre de santé alternative, sécurité alimentaire et agriculture urbaine).

batiment7.org

Le Bâtiment 7, fabrique d'autonomie collective: quand la communauté investit dans ses infrastructures

« On veut réinventer de nouvelles avenues pour le développement des communautés et pour cela il faut tout défricher au passage. »

Judith Cayer, chargée de projet et développement, Bâtiment 7

La première émission de 50 000 \$ en obligations communautaires visait à soutenir la phase de prédémarrage du projet (150 000 \$). Mais l'objectif de l'organisme était bien de tester et expérimenter cet outil pour réaliser une deuxième émission d'envergure qui viserait à soutenir la première phase du projet (le pôle des pratiques), dont le budget de réalisation est évalué à 4 M\$.



La campagne en bref

- **OBNL, centre multiservices**
- **Entreprise en prédémarrage** (mais active depuis plus de 10 ans)
- **Projet visé par l'émission:** prédémarrage du projet
- **Objectifs de l'émission:** répondre à un besoin de liquidités à court terme, tester la communauté et préparer une deuxième campagne d'envergure (estimée à 100 000 \$)
- **Montant visé:** 50 000 \$ (33% du montage financier dédié au prédémarrage)
- **Vente:** 2 mois (du 3 novembre au 31 décembre 2016)
- **Terme:** 5 ans
- **Valeur nominale:** 1000 \$
- **Valeur maximale par souscripteur:** 10 000 \$ (20% du montant total émis)
- **Taux d'intérêt:** 2% (non composé) versé à échéance
- **Modalités:** non rachetable avant terme, transférable
- **Gestion des risques:** détention d'un actif immobilier; le décaissement par l'investisseur se fera seulement si l'organisme devient propriétaire du Bâtiment 7



Les résultats

- **Montant atteint:** 50 000 \$ (100 % en moins de 2 mois)
- **Nombre d'investisseurs:** 21
- **Profil des investisseurs:** 20 citoyens, 1 OBNL
- **Montant moyen par investisseur:** 2200 \$
- **Motivations des investisseurs:** confiance dans le projet et l'équipe, volonté de voir le projet se concrétiser après 10 ans de travail sur le terrain
- **Moyens de mobilisation:** organisation d'une séance d'information au début de la période de vente, sollicitation du réseau rapproché de l'organisme (courriels ciblés)
- **Investissement en temps pour l'organisme:** environ 70 heures



Les forces de l'émission

- Le projet était en prédémarrage, mais la mobilisation de la communauté et le travail réalisé pendant plus de 10 ans lui offraient une reconnaissance et une notoriété à l'échelle montréalaise.
- L'équipe du Bâtiment 7 est engagée, expérimentée, pluridisciplinaire et outillée pour se lancer dans la gestion des obligations communautaires.
- Au moment de cette première émission, le projet du Bâtiment 7 venait de recevoir des confirmations de deux subventions majeures. Le projet était à l'aube de se concrétiser, l'organisme était à quelques mois de devenir propriétaire.
- Les 50 000 \$ émis visaient le financement de la phase de prédémarrage (évalué à 150 000 \$). Le Bâtiment 7 prenait peu de risques, puisque le décaissement se ferait seulement si l'organisme devenait propriétaire du bâtiment. Certains investisseurs plus proches du projet ont accepté de retirer cette condition, car la cession du bâtiment a finalement eu lieu le 28 avril 2017.



Les retombées (à court terme)

En émettant ces 50 000 \$ essentiellement auprès de membres du premier réseau de soutien du collectif, l'équipe du Bâtiment 7 a appris, expérimenté et testé cet outil et sa communauté; des apprentissages qui seront particulièrement utiles pour une deuxième émission d'envergure.

Aussi, cette première émission a suscité l'intérêt d'autres investisseurs (entreprises, fondations, club d'investisseurs) venus interpellier l'organisme après la clôture.

Au-delà de l'aspect financier, cette première émission a permis de diversifier et transposer en termes financiers le fort engagement (en temps et en bénévolat) de la communauté de Pointe-Saint-Charles.

Finalement, cela a contribué à renforcer la notoriété de l'organisme et à créer un effet levier et une confiance auprès d'autres partenaires et bailleurs de fonds.

Les apprentissages

- Il est important de bien **sonder la communauté** visée en amont de l'émission pour ajuster les conditions d'émission à leurs attentes. D'ailleurs, la moitié des investisseurs ont renoncé à leurs intérêts (une possibilité offerte dans le contrat de souscription).
- Quand une émission vise essentiellement des citoyens, il est important de penser à **l'accessibilité** des obligations communautaires. Alors qu'un certificat de 1000 \$ s'avérait difficile à payer pour certains citoyens, l'offre de **certificats partagés** a permis d'élargir le bassin d'investisseurs.
- Il est important **d'évaluer l'énergie et le temps** dont dispose l'organisation dans la gestion des obligations. Même si l'organisme souhaite offrir une occasion d'investir dans le projet à l'ensemble de sa communauté, il s'avère énergivore de traiter plusieurs certificats de faible valeur nominale avec plusieurs investisseurs. En ciblant des entreprises, des institutions et des fondations, il peut être possible de gérer moins d'investisseurs et des investissements plus importants. C'est ce qu'une prochaine émission visera.
- La **planification** est importante. Il est judicieux d'éviter d'organiser d'autres actions importantes de communication au moment de l'émission afin de ne pas manquer de temps et noyer le message. Aussi, il est important **d'être prêt** (documentation, processus, etc.) au moment du lancement de l'émission, quitte à reporter l'échéance, car ne pas avoir toute la documentation disponible peut nuire à la fluidité et aux confirmations d'investissements.
- Par manque de temps, on peut avoir tendance à faire appel à une ressource externe pour aider l'organisme dans la rédaction des documents d'information et de communication. Or, ce n'est pas toujours une solution efficace, car l'équipe et les administrateurs ont besoin de s'approprier l'argumentaire, la stratégie et les outils pour faire appel à leur réseau.
- L'organisation d'une séance d'information est une bonne occasion d'être en **contact direct** avec sa communauté, d'informer sur l'état d'avancement du projet et de nouer des relations de proximité et de confiance.
- Avec des objectifs et des calendriers distincts, il est possible d'allier efficacement **l'émission d'obligations communautaires** (financement du prédémarrage auprès du premier cercle du réseau de soutien) et le **financement participatif** (faire connaître plus largement le projet et mobiliser de nombreux alliés) dans le cadre d'une stratégie globale de financement et de mobilisation.

3

Le Cinéma du Parc

« Jamais, même dans nos rêves les plus fous, on n'aurait pu imaginer que les obligations communautaires susciteraient un tel engouement. Nous savions que nous avons des supporteurs, mais que ceux-ci se manifestent de manière concrète fait plaisir. »

Mario Fortin, directeur du Cinéma du Parc



Crédit photo: Cinéma du Parc

*Cinéma
du Parc*

Le Cinéma du Parc, véritable institution cinématographique montréalaise, met en valeur le 7^e art sous toutes ses formes et propose un cinéma alternatif riche en diversité. Il se démarque dans l'écosystème culturel cinématographique avec des projections de films exclusifs, une programmation de documentaires inusités, l'organisation de rétrospectives thématiques consacrées aux plus grands cinéastes et des festivals organisés par les communautés culturelles montréalaises.

Depuis janvier 2013, les cinémas du Parc et Beaubien, deux entreprises d'économie sociale, sont administrés conjointement. Cette codirection permet de diversifier les sources de revenus et de capitalisation et de maximiser l'utilisation de ressources communes. Bien implantés dans leurs environnements, les cinémas du Parc et Beaubien contribuent tous les deux à la vitalité économique, sociale et culturelle de leurs quartiers, et plus largement de Montréal et du Québec.

cinemaduparc.com

Les obligations communautaires, une occasion d'investissement pour les amateurs de cinéma

Implanté dans le quartier Milton-Parc, à quelques pas du centre-ville, le Cinéma du Parc offre une expérience client singulière en misant sur la qualité de la programmation et le lien avec ses spectateurs. Afin de maintenir une expérience cinématographique de qualité pour les 165 000 visiteurs annuels, des rénovations étaient indispensables. Une première vague d'investissement a permis en 2013 de moderniser les équipements de projection et d'améliorer la qualité d'écoute des films (écrans plus grands et nouveaux systèmes sonores). Une 2^e phase de modernisation était nécessaire: changement des

fauteuils de deux des trois salles de cinéma, réaménagement de l'accueil, changement des revêtements de sol et installation d'une signalétique électronique. Le budget global de ces travaux réalisés sur 2 ans était évalué à environ 460 000 \$. Émettre des obligations était donc une occasion de mobiliser de nouvelles sources de financement et compléter le montage financier. C'était également l'occasion pour le Cinéma du Parc, alors qu'il fêtait ses 10 ans depuis sa réouverture, de consolider sa communauté de soutien en offrant la possibilité de s'investir et de s'impliquer différemment dans ce cinéma de quartier.



La campagne en bref

- **OBNL, cinéma indépendant**
- **Entreprise en développement**
- **Projet visé par l'émission:** rénovation de 2 salles de cinéma
- **Objectifs de l'émission:** compléter le montage financier et consolider la communauté
- **Montant visé:** 100 000 \$ (25 % du montage financier)
- **Vente:** 3 mois (26 octobre 2016 au 31 janvier 2017)
- **Terme:** 5 ans
- **Valeur nominale:** 500 \$
- **Valeur maximale par souscripteur:** 10 000 \$ (10 % du montant total émis)
- **Taux d'intérêt:** 2%, versé à échéance
- **Modalités:** non rachetable, transférable après trois ans
- **Gestion des risques:** constitution d'un fonds de prévoyance



Les résultats

- **Montant atteint:** 145 000 \$ (145 % du montant visé)
- **Nombre d'investisseurs:** 189
- **Profil des investisseurs:** une majorité de citoyens, une fondation et quelques organisations, dont des coopératives d'habitation voisines
- **Montant moyen par investisseur:** 780 \$
- **Motivations des investisseurs:** clients du Cinéma du Parc, amoureux du cinéma indépendant, confiance envers la gestion et la direction
- **Moyens de mobilisation:** réseaux sociaux, campagne médiatique, informations lors des séances de cinéma, réseaux de la direction, de l'équipe et des administrateurs
- **Investissement en temps pour l'organisme:** de nombreuses heures dans la gestion médiatique et administrative



Les forces de l'émission

- Le Cinéma du Parc œuvre depuis plus de 40 ans et depuis 10 ans comme salle indépendante. Il est connu, reconnu et dispose d'une très forte communauté de cinéphiles.
- Il est géré par un solide conseil d'administration (qui administre également le Cinéma Beaubien) composé de personnes expérimentées (notamment en compétences comptables et juridiques) qui disposent d'un vaste réseau. Aussi, à la direction de l'organisme, l'entreprise peut compter sur une personne charismatique et réputée pour sa vision et son leadership, tant dans le milieu du cinéma que de l'économie sociale.
- L'équipe du Cinéma du Parc dispose de ressources en administration et en communication qui ont été mises à profit dans le processus de vente (plan média, etc.) et dans la gestion des investisseurs (gestion administrative de l'émission).
- Le projet de modernisation et de rénovation nécessite une deuxième phase d'investissements effectués par l'entreprise qui voit, malgré les difficultés que connaissent les cinémas à Montréal, sa fréquentation augmenter au fil des années. Avec ou sans émission, le Cinéma tenait à cette modernisation pour rester concurrentiel et continuer à augmenter l'achalandage du cinéma en offrant une expérience de qualité.

Les retombées (à court terme)

« Il y a de moins en moins d'aide disponible de la part de l'État et il faut chercher de nouvelles façons de faire, des nouveaux outils et des nouveaux amis! (...) C'est le suivi des investisseurs, les garder au courant de ce qu'on fait avec leur argent. C'est là qu'est la clé du succès. Ce sont des amis, et il faut qu'ils restent des amis. »

Mario Fortin, Directeur général du Cinéma du Parc

Au-delà des messages d'amour transmis par la communauté de cinéphiles au Cinéma du Parc dans le cadre de cette émission, les obligations communautaires sont surtout un levier pour compléter et finaliser le montage financier du projet auprès d'autres bailleurs de fonds. L'émission démontre le fort ancrage de cette entreprise d'économie sociale dans le quartier et, plus largement, au sein de la communauté de cinéphiles.

Aussi, avec la réussite de l'émission et les nombreux articles dans les médias et les réseaux sociaux, la notoriété de l'organisme a continué de croître.

Les apprentissages

- La vente des obligations du Cinéma du Parc s'étendait d'octobre à la fin janvier. La période des fêtes fut relativement calme. En revanche, durant le dernier mois, après un fort travail de mobilisation (notamment à travers les médias), les ventes se sont accélérées. Devant l'engouement des investisseurs, alors qu'il prévoyait 100 000 \$ d'émission, le Cinéma a adopté une résolution à une semaine de la fin de la période de vente pour augmenter l'émission à 150 000 \$. Il est difficile de prévoir les résultats de la campagne en amont, mais il est possible de réfléchir aux **différents scénarios** pour pouvoir s'ajuster sereinement en fonction de la situation (moins de ventes qu'escompté, ou au contraire dépassement des objectifs).
- Pour une campagne d'envergure, les réseaux des administrateurs et de l'équipe ne suffisent pas. Il faut aller au-delà du premier cercle. La **stratégie et la force de mobilisation** (notamment par les médias) sont alors primordiales.
- Offrir des certificats de 500 \$ permet d'élargir le bassin d'investisseurs potentiels en étant plus accessible. Cependant, avec 189 investisseurs, il est important de se doter d'une **infrastructure solide et de se munir d'outils** pour gérer le suivi des investisseurs et anticiper le temps et les coûts associés à cette gestion.
- Le Cinéma du Parc a été surpris par le succès de la campagne et a dû faire face à des défis administratifs au moment de finaliser les dossiers (signature des formulaires, réception et encaissement des paiements, etc.). Pour une campagne d'envergure comme celle-ci, il est important d'**anticiper et d'optimiser au maximum le processus** et de procéder autant que possible par voie électronique (dossier et paiement électronique).
- Pour des émissions qui touchent à la fois la communauté **francophone et anglophone**, il est important de disposer de l'ensemble de la documentation dans les deux langues.
- Après avoir vendu les obligations, il est important de **prendre soin de ses nouveaux partenaires**, de les tenir informés de la suite des événements (minimalement annuellement). Les investisseurs ont grandement apprécié la lettre de remerciement envoyé par le directeur et le président du Cinéma du Parc et l'événement organisé quelques semaines après la clôture de la période de vente.

4

Le Théâtre Empress

« Le Théâtre Empress est un projet dédié à la communauté. Dans ce sens, les obligations communautaires sont un outil de financement extraordinaire qui permet à tous de participer à la concrétisation de ce rêve collectif. Il est important de savoir juger du meilleur moment pour émettre afin de maintenir la confiance avec la communauté. Nous sommes convaincus que cet outil sera un important levier dans le développement de notre projet. »

Élaine Ethier, directrice générale du Théâtre Empress



Crédit photo: SidLee Architecture



Le Théâtre Empress est un projet de revitalisation urbaine qui vise la rénovation d'un lieu emblématique du quartier Notre-Dame-de-Grâce (Montréal). Inauguré en 1928, il était alors considéré comme l'une des salles de spectacle les plus impressionnantes jamais construites à Montréal. Il constitue aujourd'hui le seul théâtre au Canada de style néoégyptien et l'un des meilleurs exemples du genre en Amérique du Nord. Fermé depuis 1992 après un incendie, la Ville de Montréal en est devenue propriétaire en 1999. Depuis 2012, la Fondation Théâtre Empress (Groupe Cinéma NDG) a pour projet de faire revivre ce lieu. Une fois restauré, le nouveau Théâtre Empress a pour ambition de devenir un pôle d'activités stimulant et innovateur et un espace de rencontres et de découvertes. Le Théâtre offrira une programmation culturelle et cinématographique de qualité, et une expérience à l'image des valeurs et du style de vie diversifié et inclusif du quartier.

theatreempress.org

Des obligations communautaires pour contribuer à la restauration des façades patrimoniales

Témoign d'une grande époque du divertissement, le Théâtre Empress, joyau architectural à l'abandon depuis de nombreuses années, nécessite des travaux majeurs pour retrouver sa splendeur et redevenir accessible à tous. L'émission d'obligations communautaires vise donc à soutenir la restauration des façades du théâtre, dont le budget est évalué à 3 M\$ (en date de 2017). Au-delà de l'aspect financier,

l'émission d'obligations communautaires a pour objectif de faire la preuve de l'attachement de la communauté au projet de revitalisation urbaine du Théâtre Empress et de contribuer à consolider une communauté autour d'un lieu mythique de Notre-Dame-de-Grâce.



La campagne en bref (projetée)

- **OBNL, centre culturel**
- **Entreprise en prédémarrage**
- **Projet visé par l'émission:** contribution à la restauration de la façade patrimoniale
- **Objectifs de l'émission:** compléter le montage financier dédié à la restauration de la façade, démontrer l'ancrage du projet dans la communauté et créer un effet de levier auprès d'autres partenaires
- **Montant visé:** 250 000 \$ (moins de 10 % du montage financier dédié à la façade, estimée à 3 M\$)
- **Vente:** 6 mois
- **Terme:** 7 ans
- **Valeur nominale et maximale par souscripteur (2 séries):** 1000 \$ (10 000 \$ maximum) et 5000 \$ (25 000 \$ maximum)
- **Taux d'intérêt:** 2 % (composé)



Les résultats

Le développement de ce projet majeur de revitalisation (évalué à 9 M\$) n'a finalement pas avancé au rythme escompté par l'équipe et le conseil d'administration. Les ententes ne se sont pas confirmées dans les délais souhaités et le modèle d'affaires continuait à être révisé. Pour favoriser la réussite de l'émission d'obligations communautaires, l'équipe du Théâtre Empress a finalement décidé de reporter l'émission à un moment plus propice. Les résultats ne peuvent donc pas être répertoriés dans ce guide. Cependant, l'expérience du Théâtre Empress a été riche en apprentissages.



Les apprentissages

- Tout d'abord, la direction et le conseil d'administration du Théâtre Empress ont pris le temps de **s'approprier** les obligations communautaires. Plusieurs sessions de travail ont été organisées pour informer et répondre au questionnement des administrateurs. Il est essentiel, dans le cadre de projets d'envergure de ce type, **d'impliquer le conseil d'administration** dans les discussions pour qu'il valide la pertinence de l'outil et porte à son tour le projet d'émission.
- L'émission d'obligations communautaires peut revêtir un caractère particulièrement symbolique. Alors que les ententes et les partenariats (notamment institutionnels) ne sont pas conclus, émettre des obligations, même à l'étape de l'intention d'achat, peut être un atout pour **démontrer aux partenaires l'appui du milieu** au projet.
- Cependant, pour émettre, il est important que le projet soit assez **solide et mature** pour approcher les investisseurs potentiels, répondre à leurs questionnements (échancier, modèle d'affaires, prévisions financières) et pouvoir les rassurer et les convaincre. Il est donc préférable de reporter une émission d'obligations si l'organisme n'est pas prêt à communiquer publiquement sur le projet et si le projet continue d'évoluer de manière importante.
- Pour des campagnes d'envergure comme celle-ci, de nombreux **allers-retours** dans les chiffres, accompagnés de ressources expertes, doivent être effectués pour **ajuster les objectifs et s'assurer de la capacité de l'organisme à rembourser à terme les détenteurs d'obligations**.
- Enfin, une émission d'obligations communautaires doit s'inscrire dans une **stratégie globale de recherche de financement**, incluant dans ce cas la recherche de dons et commandites.

5

Revue de presse

CIBL, La matinale. (2016, 20 octobre). Entrevue avec Kevin McMahon (Bâtiment 7) et Vanessa Sorin (TIESS) (radio). Repéré à facebook.com/CIBL1015/videos/10157686874165051/?autoplay_reason=gatekeeper&video_container_type=0&video_creator_product_type=2&app_id=2392950137

Albors, M. (2016, 28 octobre). Placer son argent dans des organismes locaux. *Novae*. Repéré à novae.ca/2016/10/placer-argent-organismes-locaux/

Albors, M. (2016, 14 décembre). L'année 2016 en 10 coups de cœur. *Novae*. Repéré à novae.ca/2016/12/annee-2016-10-coups-de-coeur/

Carlier, M. (2016, 7 novembre). Chronique sur l'innovation sociale: les obligations communautaires (radio). Radio-Canada.

Étiquette.ca (Blogue)
Dossier spécial obligations communautaires

(2016, 22 novembre). Découvrez le Grand Costumier. Repéré à ethiquette.ca/decouvrez-le-grand-costumier/

(2016, 13 décembre). Bâtiment 7, fabrique d'autonomie collective. Repéré à ethiquette.ca/obligations-communautaires-batiment-7/

(2017, 24 janvier). Les obligations communautaires du cinéma du Parc, une opportunité pour investir dans un cinéma de quartier indépendant. Repéré à ethiquette.ca/les-obligations-communautaires-du-cinema-du-parc-une-opportunit-e-pour-investir-dans-un-cinema-de-quartier-independant/

Deraspé, N. (2017, 3 février). L'art de se passer des banques ou presque. *Journal Ensemble*. Repéré à ensemble.coop/lart-de-se-passer-des-banques-ou-presque/

Barny, F. (2017, 8 février). Chronique sur les obligations communautaires (radio). *La matinale*. CIBL. Repéré à 2 h11, podcast.cibl1015.com/pub/podcast/137582

Labrosse, B. (2017, 8 avril). Dossier philanthropie - Financement: compter sur la communauté. *Les Affaires*. Repéré à lesaffaires.com/strategie-d-entreprise/financement/financement-compter-sur-la-communaute/594216

Grand Costumier

Bérand, D. (2016, 7 octobre). Investir dans des obligations communautaires et contribuer à son quartier. Blog le fil de Diane. *Les Affaires*. Repéré à lesaffaires.com/blogues/diane-berard

Cinéma du Parc

Tremblay, O. (2016, 26 octobre). Financement participatif au cinéma du Parc. *Le Devoir*. Repéré à ledevoir.com/culture/cinema/483087/financement-participatif-au-cinema-du-parc

RDI Économie. (2016, 11 novembre). Entrevue avec Mario Fortin. Repéré à facebook.com/rdieconomie/videos/vb.273070192878526/558643390987870/

De Montvalon, P. (2016, 21 décembre). Levée d'obligations communautaires pour le Cinéma du Parc. *Pamplemousse - Le Plateau*. Repéré à plateau.pamplemousse.ca/2016/12/levee-obligations-communautaires-pour-le-cinema-du-parc/

Radio-Canada. (2017, 5 janvier). Le Cinéma du Parc fait de nouveau appel au public. Repéré à ici.radio-canada.ca/nouvelle/1009211/cinema-du-parc-obligations-financement

CBC. (2017, 9 janvier). Cinema du Parc, one of Montreal's last indie theatres, turns to film lovers for help. Repéré à cbc.ca/news/canada/montreal/cinema-du-parc-one-of-montreal-s-last-indie-theatres-turns-to-film-lovers-for-help-1.3926861

Lavallée-Valois, C. (2017, 10 janvier). Le Cinéma du Parc a besoin d'aide et fait appel aux Montréalais. *Nightlife*. Repéré à nightlife.ca/2017/01/10/le-cinema-du-parc-besoin-daide-et-fait-appel-aux-montrealais

Tisson, M. (2017, 23 janvier). Les 42 scénarios du Cinéma du Parc. *La Presse Plus*. Repéré à plus.lapresse.ca/screens/fe9ae6e5-9c41-48dd-876c-ee5cc267a312%7C_0.html

Picard, G. (2017, 23 janvier). Plus qu'une semaine pour soutenir le cinéma du Parc. TVA Nouvelles. Repéré à tvanouvelles.ca/2017/01/23/plus-quune-semaine-pour-soutenir-le-cinema-du-parc

Dunlevy, T'Cha. (2017, 26 janvier). Cinéma du Parc looks to community to help fund upgrade. *Montreal Gazette*. Repéré à montrealgazette.com/entertainment/movies/cinema-du-parc-looks-to-community-to-help-fund-upgrade

Demers, M. (2017, 31 janvier). Le Cinéma du Parc atteint son objectif. *Journal de Montréal*. Repéré à journaldemontreal.com/2017/01/31/le-cinema-du-parc-atteint-son-objectif

Bâtiment 7

Albors, M. (2017, 1 mars). Bâtiment 7: Quand un ancien site industriel inspire tout un quartier. *Novae*. Repéré à novae.ca/2017/03/batiment7-quand-ancien-site-industriel-inspire-quartier/



LIVRET

5

Glossaire, références
et ressources



Acte de fiducie	Acte juridique par lequel une personne morale transfère la propriété de biens à un fondé de pouvoir à titre de garantie, notamment dans le cadre d'un emprunt obligataire.
Admissibilité aux placements enregistrés	Les obligations communautaires admissibles aux REER-CELI, conformément à l'article 4900 (1) j) du Règlement de l'impôt sur le revenu, peuvent permettre de faire bénéficier à un investisseur de déductions d'impôts. Cependant les institutions financières sont encore réticentes à administrer ce type de placement.
Autorité des marchés financiers (AMF)	Organisme mandaté par le gouvernement du Québec pour encadrer les marchés financiers québécois, prêter assistance aux consommateurs de produits et services financiers, et veiller à la protection du public en appliquant les lois et règlements qui régissent divers secteurs d'activité (lautorite.qc.ca).
Capitaux propres	Solde résiduel des actifs d'une organisation, après déduction de ses passifs; aussi appelé «équité», «fonds propres», «actifs nets». (Source: Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, CAP Finance.)
Certificat d'obligation	Document qui contient tous les détails reliés à l'obligation et constitue une promesse de rembourser le capital et les intérêts à une date déterminée, cela constitue donc une reconnaissance de dette; aussi appelé «certificat obligataire».
Coupon	Le coupon, aussi appelé taux d'intérêt, est la rémunération pour l'utilisation de l'argent de la communauté. Le taux d'intérêt est simple si les intérêts sont uniquement calculés sur le capital. Le taux d'intérêt est composé si, à la fin de chaque année, les intérêts générés sont ajoutés au capital pour produire de nouveaux intérêts.
Courtier	Toute personne qui exerce ou se présente comme exerçant le placement d'une valeur ou encore tout acte, toute publicité, tout démarchage, toute conduite ou toute négociation visant même indirectement la réalisation d'un placement. (Source: Loi sur les valeurs mobilières.) Toute personne autorisée à agir au nom d'un investisseur dans le cadre d'une transaction financière.
Dette à long terme	Partie des emprunts à long terme qui sera payée après l'année à venir. (Source: Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, CAP Finance.)
Document d'information	Document renfermant le même type d'informations, mais moins complexe que le prospectus ou la notice d'offre et n'ayant pas besoin d'être ni déposé ni approuvé par l'AMF.
Échéance	Date convenue pour le remboursement du capital. Aussi appelé «terme».
Émetteur	Organisme qui propose des titres de créances, des obligations et emprunte par ce biais des fonds à des membres de sa communauté.
Équité	Solde résiduel des actifs d'une organisation, après déduction de ses passifs. Anglicisme, largement répandu et utilisé; aussi appelé «capitaux propres», «fonds propres», «actifs nets». (Source: Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, CAP Finance.)
Formulaire de souscription	Contrat d'engagement à détenir des obligations communautaires.
Garantie	Bien (meuble, immeuble ou autre) donné en gage, en nantissement pour garantir un prêt. À travers la garantie, le créancier détient un droit réel qu'il peut exercer pour assurer le remboursement d'un prêt.
Investisseur qualifié	Un investisseur qualifié est un investisseur financier, souvent institutionnel ou un individu détenant d'importants revenus ou actifs. L'investisseur qualifié bénéficie d'une protection moindre de la part des autorités des marchés financiers du fait de sa connaissance des instruments financiers, de sa pratique régulière de l'investissement et de la taille de son portefeuille. Pour plus d'informations, au Québec, sur les investisseurs qualifiés, aussi appelés investisseurs admissibles: Règlement 45-106 sur les dispenses de prospectus de l'autorité des marchés financiers.

Investissement à impact social	Stratégie d'investissement cherchant à concilier impact social, environnemental et sociétal d'une part, et retour financier neutre ou positif d'autre part.
Marché dispensé	Marché financier qui permet le placement de valeurs mobilières sans prospectus. Il existe différents types de dispenses.
Notice d'offre	En règle générale, les valeurs mobilières doivent être émises avec un prospectus, mais il existe des exceptions, appelées des dispenses de prospectus. Un émetteur peut bénéficier d'une dispense de prospectus s'il remet une notice d'offre. La notice d'offre doit être soumise à l'examen de l'AMF et transmises aux personnes visées par le placement. (Source: Règlement 45-106 sur les dispenses de prospectus et d'inscription.)
Obligations	Titres de créances émis généralement par des gouvernements ou des entreprises pour emprunter des fonds. En souscrivant à une obligation, on prête à un émetteur et on reçoit en contrepartie un intérêt annuel jusqu'à ce que le capital soit remboursé au terme de l'emprunt.
Obligations communautaires	Au Québec, titres de créance émis par un organisme à but non lucratif.
Parts sociales, privilégiées, privilégiées participantes	Parts sociales: parts émises aux membres qui ne comportent pas d'intérêt. Parts privilégiées: parts émises aux membres ou aux non-membres (conformément aux règles de l'AMF pour les non-membres) pouvant porter un intérêt. Parts privilégiées participantes: parts émises à des non-membres seulement, pouvant comporter un intérêt maximal de 25%, ce dernier pouvant inclure une participation aux trop-perçus ou excédents de la coopérative (dans une proportion maximale de 25% de ceux-ci). (Source: Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, CAP Finance.)
Prospectus	Document légal, détaillé qu'un émetteur doit généralement produire pour pouvoir émettre des titres au grand public. Le prospectus vise à renseigner les investisseurs pour les aider à prendre des décisions de placement éclairées. Le prospectus doit, en vertu de la Loi sur les valeurs mobilières, présenter un exposé complet, véridique et clair de tous les faits importants ayant trait aux titres qui seront émis. Il doit révéler tous les faits importants susceptibles d'affecter la valeur ou le cours du titre faisant l'objet du placement. (Source: AMF)
Registre des détenteurs d'obligations	Document qui consigne les renseignements concernant l'ensemble des détenteurs d'obligations.
Sommaire des conditions d'émission	Document qui décrit l'ensemble des caractéristiques de l'offre d'obligations, soit: valeur nominale, taux d'intérêt, terme, valeur maximale, condition de transfert et rachat avant terme, modalités de paiement des intérêts, modalités de remboursement du capital, conditions de renouvellement, garanties, stratégies de réduction des risques, modalités d'information en continu, etc.
Souscripteur	Le souscripteur est celui qui souscrit des obligations et s'engage à prêter des fonds. Il peut aussi être appelé « détenteur d'obligations », « créancier » ou encore « investisseur solidaire ». C'est la même personne à différentes étapes du processus. Le détenteur d'obligations est celui qui détient des obligations. Le créancier est celui qui a prêté des fonds, envers lequel l'organisme a une dette. L'investisseur solidaire est celui qui a prêté des fonds, qui a investi, solidairement, dans l'organisme.
Taux d'intérêt simple ou composé	Le taux d'intérêt, aussi appelé coupon, est la rémunération pour l'utilisation de l'argent de la communauté. Le taux d'intérêt est simple si les intérêts sont uniquement calculés sur le capital. Le taux d'intérêt est composé si, à la fin de chaque année, les intérêts générés sont ajoutés au capital pour produire de nouveaux intérêts.
Terme	Date convenue pour le remboursement du capital. Aussi appelé « échéance ».
Titre de créance	Reconnaissance de dette.
Tribunal administratif des marchés financiers (TMF)	Créé en 2003 par la Loi sur l'Autorité des marchés financiers. Sa mission: « Dans l'intérêt du public, le Tribunal administratif des marchés financiers assume le rôle de tribunal dans les domaines qui lui sont dévolus par la législation. Il doit voir à la détermination des droits et obligations des parties dans le cadre d'auditions publiques et impartiales. » (tmf.gouv.qc.ca)
Trousse de l'investisseur	Ensemble de documents remis aux investisseurs potentiels et contenant les détails de l'émission: le document d'information, le sommaire des conditions d'émission, le formulaire de souscription et le certificat d'obligation.
Valeur nominale et valeur maximale	Valeur nominale: prix d'émission, valeur d'une obligation. Valeur maximale: montant maximal autorisé par souscripteur.

2

Références

Lois et règlements

C-38 — Loi sur les compagnies, partie III: legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/C-38

C-67.2 — Loi sur les coopératives: legisquebec.gouv.qc.ca/fr/ShowDoc/cs/C-67.2

V-1.1 —Loi sur les valeurs mobilières: legisquebec.gouv.qc.ca/fr/showDoc/cs/V-1.1?&digest=

V-1.1, r. 21 — Règlement 45-106 sur les dispenses de prospectus: lautorite.qc.ca/fileadmin/lautorite/reglementation/valeurs-mobilieres/45-106/2016-06-30/2016juin30-45-106-vofficielle-fr.pdf

Règlement de l'impôt sur le revenu, C.R.C, Ch. 985, PARTIE XLIX Régimes enregistrés — placements Article 4900 (1) j): laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/C.R.C.%2c_ch._945/page-62.html?txthl=4900#s-4900

Études et articles

Gruet Émilien (2016). Les nouvelles pratiques de financement des entreprises d'économie sociale. *Revue Vie économique*, volume 8, numéro 1.

Repéré à base.socioeco.org/docs/rve_vol8_no1_gruet.pdf

Durif Fabien, Plant Brenda (2014). Les québécois et l'investissement socialement responsable. Étude de l'observatoire ESG-UQAM de la consommation responsable.

Repéré à consommationresponsable.ca/wp-content/uploads/2014/02/Les_Québécois_et_IISR_portrait_2014-2.pdf

Bérard Johanne, Bourque Gilles L., Mendell Marguerite, Zerdani Tassadit (2013).

(2017). Portrait 2016 de la finance responsable, Institut de recherche en économie contemporaine (IREC), avec la collaboration de CAP Finance et le réseau de PRI Québec.

Repéré à capfinance.ca/portrait-de-la-fsr/

Guides

(2017). *Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale* (2^e édition). CAP finance.

Repéré à fonds-risq.qc.ca

(2017) *Guide sur le financement participatif pour les entreprises d'économie sociale*. TIESS.

Repéré à tiess.ca/wp-content/uploads/2017/04/TIESS_Guide_Financement_Participatif.pdf

(2015) *Guide de référence sur l'économie sociale*. Chantier de l'économie sociale. Repéré à economiesocialejeunesse.ca/fichiers/docs/guide-de-reference-sur-l-economie-sociale.pdf

(2012) *The community bond, an innovation in social finance*. Centre for Social Innovation (CSI).

Repéré à: communitybonds.ca

(2016). *Boîte à outils. Gouvernance démocratique. OBNL de l'action communautaire et de l'économie sociale*. CSMO-ESAC. Repéré à: csmoesac.qc.ca

Sites internet

Autorité des marchés financiers: lautorite.qc.ca

Ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation: economie.gouv.qc.ca/objectifs/informer/cooperatives/?no_cache=1

3

Ressources

Il existe, dans chaque région, différentes organisations de soutien à l'économie sociale qu'il est possible de consulter pour obtenir conseils et accompagnement, que ce soit un CLD (Centre local de développement), une CDEC (Corporation de développement économique communautaire), PME MTL (un réseau montréalais d'experts en financement et accompagnement), une SADC (Sociétés d'aide au développement des collectivités), un CAE (Centre d'aide aux entreprises), une MRC (Municipalité régionale de comté) ou encore les Pôles d'économie sociale et le Chantier de l'économie sociale.



Contexte de réalisation du guide

Les obligations communautaires sont une opportunité pour les organismes à but non lucratif de mobiliser de nouvelles sources de financement auprès des membres de leur communauté, d'assurer leur développement et renforcer leur ancrage territorial. Elles sont utilisées depuis plusieurs années en Ontario, notamment par le Center for Social Innovation à Toronto et, à plus petite échelle au Québec, mais restent encore peu répandues.

Bâtir des outils à partir de l'expérience de quatre émissions pilotes

Afin d'éclairer et documenter cette avenue de financement et de mobilisation, le TIESS a suivi quatre projets-pilotes dans leur campagne d'émission d'obligations communautaires: le [Grand Costumier](#), le [Théâtre Empress](#), le [Cinéma du Parc](#) et le [Bâtiment 7](#). L'objectif du TIESS était de bâtir des outils pratiques permettant à d'autres entreprises de réitérer l'expérience et pérenniser ces pratiques d'émission.

Un [comité de travail](#), animé par le TIESS, s'est réuni régulièrement durant l'année afin d'apprendre ensemble, de partager les défis, les réflexions, les expériences de ces émissions pour permettre la réalisation de ce guide. Le comité de travail était composé de:

- Elaine Éthier, Théâtre Empress
- Mario Fortin, Cinéma du Parc
- Marie Houde, Le Grand Costumier
- Kevin McMahon, Bâtiment 7
- Jason Prince, PME MTL Centre-Ville
- Meggie Savard, Carrefour de la création
- Vanessa Sorin, TIESS
- Émilien Gruet, TIESS

Jacques Patenaude, conseiller en économie sociale au Centre local de développement de Sorel-Tracy a été le premier au Québec en 2002 à expérimenter le potentiel des obligations communautaires. Par la suite, quelques émissions ont été réalisées, mais très peu, faute de connaissances sur le sujet. Les membres du comité de travail ont donc expérimenté, «défriché» et ouvert la voie pour que d'autres entreprises d'économie sociale au Québec puissent plus facilement utiliser les obligations communautaires.

Une démarche partenariale de coproduction et transfert de connaissances

L'ensemble du projet, coordonné et animé par le TIESS, s'est déroulé de mars 2016 à juin 2017. Le TIESS s'est entouré de partenaires de l'économie sociale et de la finance solidaire, réunis au sein d'un [comité d'orientation](#). Tout au long du processus, l'expertise et l'engagement des membres du comité d'orientation ont permis d'approfondir les enjeux soulevés, d'orienter la démarche et d'alimenter ce guide d'émission. En plus des membres du comité de travail, le comité d'orientation était composé de:

- Michel Bouchard, PME MTL Centre-Ville
- Jacques Charest, CAP Finance, Fiducie du Chantier de l'économie sociale
- Anyle Côté, Conseil d'économie sociale de l'île de Montréal
- Ludovic Delrieux, Conseil des arts de Montréal
- Philippe Garant, Réseau d'investissement social du Québec
- Margie Mendell, Institut Karl Polanyi, Université Concordia
- Bernard Ndour, Caisse d'économie solidaire Desjardins
- Chantal Tardif, Pôle économie sociale du Centre-du-Québec
- François Vermette, Chantier de l'économie sociale

À propos du TIESS et contributions

À PROPOS DU TIESS

Le TIESS est un organisme de liaison et de transfert en innovation sociale (OLTIS) reconnu par le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI). Le TIESS regroupe de nombreux acteurs de l'économie sociale et solidaire et du développement territorial de même que des centres de recherche, des universités et des collèges. Il repère, inventorie, éclaire et systématise des innovations expérimentées par les entreprises et les organisations de l'économie sociale afin d'en favoriser la diffusion et l'appropriation. Il accompagne le transfert de connaissances pratiques et théoriques coproduites par les praticiens et les chercheurs et contribue au développement des territoires au Québec. tiess.ca

CONTRIBUTIONS

Rédaction

Vanessa Sorin et Émilien Gruet

Avec la participation de

Marie Houde, Jason Prince, Meggie Savard, Kevin McMahon, Mario Fortin, Charles Gagnon

Coordination

Carole Couturier

Révision

Stéphane J. Bureau et Édith Forbes

Graphisme

CORSAIRE | Design | Communication | Web

Ce guide est rendu possible grâce à la contribution financière de :

Québec 

Montréal 

CONSEIL
D'ÉCONOMIE SOCIALE
DE L'ÎLE DE MONTRÉAL 

CAISSE.
D'ÉCONOMIE.
SOLIDAIRE.

McConnell



Territoires innovants en économie sociale et solidaire (TIESS)

Maison de l'économie sociale
1431, rue Fullum, bureau 105
Montréal (Québec) H2K 0B5

Téléphone: 514-657-2270

Numéro sans frais: 1-855-657-2270

Télécopieur: 514-259-7189

info@tiess.ca