



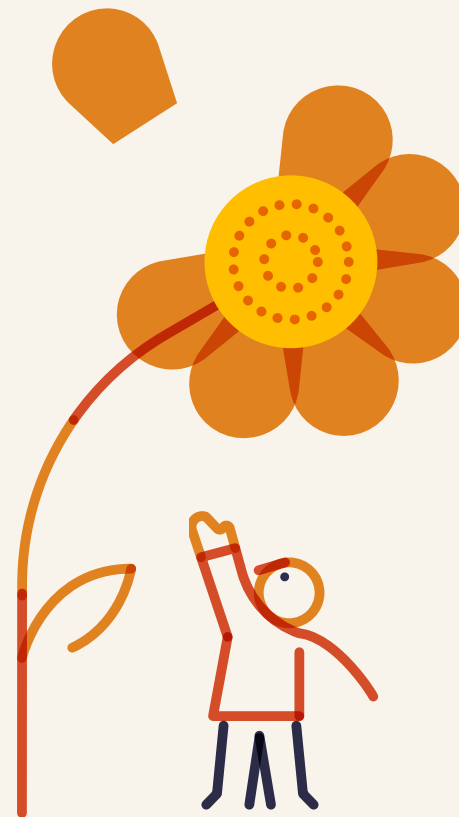
# Bâtir sa campagne de financement participatif en capital

Carnet à l'intention des entreprises d'économie sociale



## Cet outil a spécialement été pensé pour :

les équipes et les conseils d'administration d'entreprises d'économie sociale qui souhaitent utiliser le financement participatif en capital (obligations communautaires ou parts).



## Table des matières

Introduction	3
Les 5 étapes d'une campagne en un coup d'œil	4
<b>Étape 1</b> S'informer et évaluer la pertinence	6
<b>Étape 2</b> Concevoir sa campagne	12
<b>Étape 3</b> Émettre (vendre) les titres	24
<b>Étape 4</b> Gérer la relation avec les investisseurs	26
<b>Étape 5</b> Rembourser ou renouveler les titres	28
Conclusion	31
Annexe: Le cadre légal en un coup d'œil	32

## Introduction

# Et si votre communauté pouvait contribuer financièrement et de façon substantielle à votre projet ?

Le financement participatif en capital permet aux entreprises d'économie sociale – organismes à but non lucratif (OBNL) et coopératives – d'emprunter de l'argent à des investisseurs afin, par exemple, de se constituer une mise de fonds pour un projet de développement spécifique.

Une entreprise d'économie sociale (EÉS) qui a recours à ce moyen émet des titres financiers – soit des obligations communautaires (qui peuvent être émises par des OBNL et, dans certains cas, par des coopératives) ou des parts (émises seulement par des coopératives) – qu'elle devra rembourser à terme.

Ce type de financement est un outil de capitalisation flexible et sur mesure, dont les caractéristiques (montant à recueillir, valeur de chaque titre, échéance, taux d'intérêt versé aux investisseurs, etc.) sont déterminées par le conseil d'administration (CA) de l'entreprise, selon ses besoins de financement, sa capacité de remboursement et le profil des investisseurs ciblés.

Il s'adresse à tout type d'investisseur, que ce soit des personnes physiques (clientèle, membres, équipe, etc.) ou morales (organismes partenaires, entreprises, fondations, investisseurs institutionnels, etc.).

**Le financement participatif en capital est une occasion de faire converger les besoins en financement des entreprises d'économie sociale, les aspirations citoyennes et celles des organisations à soutenir des projets locaux ainsi que les attentes de l'écosystème financier à financer des projets solides et ancrés.**

C'est un outil puissant de financement et de mobilisation, mais qui n'est pas adapté à toutes les organisations. Notamment, parce qu'il s'agit de prêts à rembourser et qu'il implique des obligations légales à respecter.

Un accompagnement adéquat permettra d'exploiter pleinement le potentiel de cet outil et d'éviter les écueils – le [parcours l'ampli](#) a été conçu à ces fins. En complément, ce carnet de campagne<sup>1</sup> vous guidera étape par étape durant le processus de financement participatif en capital.

Bonne lecture !

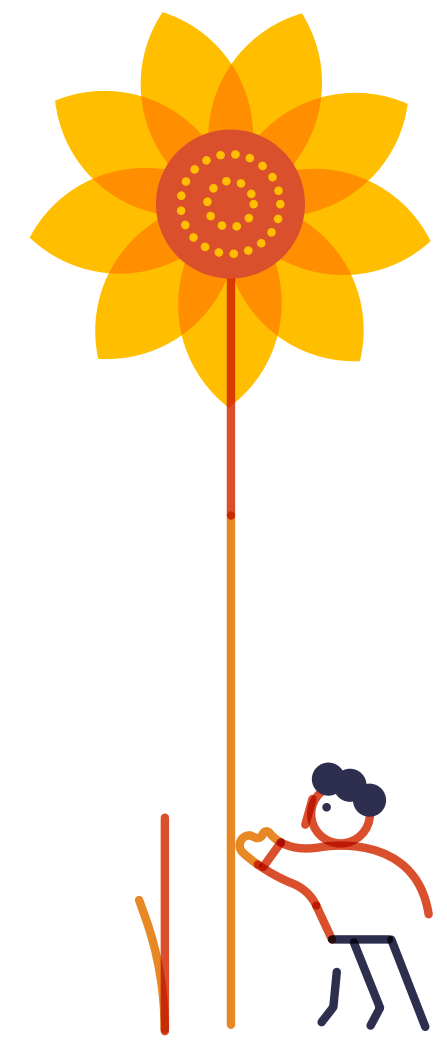
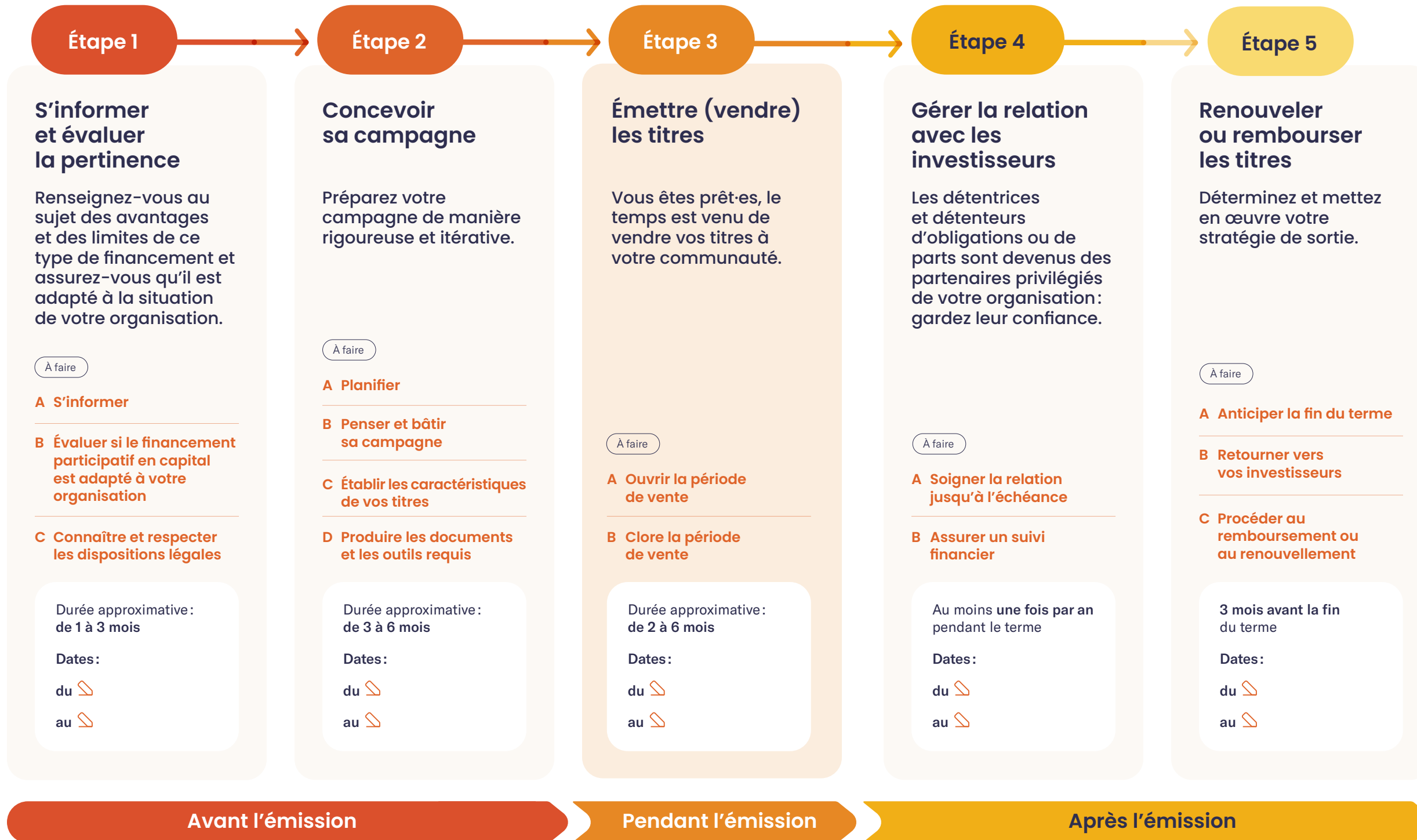
## Comment utiliser ce carnet

Ce carnet de campagne vous donnera des pistes pour déterminer s'il s'agit d'une formule intéressante pour votre projet. Il vous pointera les questions à vous poser et vous conseillera sur les actions à entreprendre tout au long d'une campagne.

Vous pouvez l'annoter, l'imprimer, le partager, le lire, le relire, y revenir. Il vous sera utile pour vous aider à réfléchir et pour guider vos réflexions avec vos équipes et conseils d'administration, ainsi qu'avec la personne-ressource qui vous accompagne dans cette démarche d'émission.

<sup>1</sup> Cette publication puise ses informations du site [l'amplifinance.info](http://l'amplifinance.info) et d'*Obligations communautaires: guide d'émission pour les entreprises d'économie sociale* (TIESS, 2017), dans lesquelles vous trouverez une mine d'informations détaillées.

# Les 5 étapes d'une campagne en un coup d'œil



# S'informer et évaluer la pertinence

Vous pensez que le financement participatif en capital peut vous aider à réaliser votre projet? Avant de décider d'inclure ce mode de financement dans votre montage financier, prenez le temps de vous informer de ses avantages et de ses limites, et assurez-vous que c'est un outil adapté à votre organisme.



## A

### S'informer

Consultez les ressources existantes sur le sujet, comme :

- [Comprendre le financement participatif en capital en 120 secondes](#);
- Site de l'ampli ([amplifinance.info](http://amplifinance.info));
- [Obligations communautaires: guide d'émission pour les entreprises d'économie sociale<sup>2</sup>](#) du TIESS, 2017;
- [Émettre des parts d'une coopérative](#) du gouvernement du Québec (mis à jour en décembre 2025).

Prenez rendez-vous avec le [pôle d'économie sociale de votre région](#). Les agent-es de votre pôle pourront répondre à vos questions, vous soutenir dans vos réflexions, vous accompagner en amont et vous diriger vers les bonnes ressources pour la suite.

[Contactez l'ampli.](#)

Échangez avec votre équipe et votre CA.



<sup>2</sup> À travers le carnet de campagne, nous utiliserons «*Guide d'émission*» pour référer à cette publication.

## B

## Évaluer si le financement participatif en capital est adapté à votre organisation

Six critères peuvent permettre de savoir si vous réunissez les caractéristiques nécessaires à la réussite d'une telle campagne de financement et si cet outil est bien adapté à la situation de votre organisation :

- 1 **Vous avez bien identifié vos objectifs** et vous recherchez davantage que seulement du financement.
- 2 **Votre structure financière est solide et vous avez la capacité de rembourser** vos investisseurs et de minimiser les risques.
- 3 **Votre communauté est mobilisée et vous avez accès à un bassin d'investisseurs potentiels.**
- 4 **Votre projet est clair et attractif**, et il suscite l'engouement de votre communauté.
- 5 **Votre conseil d'administration est engagé.**
- 6 **Votre équipe possède les compétences et le temps** pour mettre en œuvre la campagne, pour solliciter votre communauté et pour soigner la relation avec vos investisseurs dans la durée.



### Ce n'est pas un bon outil pour votre organisation si, par exemple :

- vous avez besoin de financement de manière urgente ;
- vous n'avez pas la capacité de rembourser, même partiellement, les obligations à terme ;
- votre organisation est en prédémarrage et votre modèle économique est encore flou ;
- votre communauté compte un faible nombre d'appuis et/ou est peu susceptible d'investir dans votre projet ;
- votre projet en développement est encore vague et fragile, il a besoin d'être consolidé ;
- votre équipe a des capacités limitées (temps, expertises, etc.) pour concevoir et mettre en œuvre une telle campagne et pour gérer de multiples investisseurs à long terme.

Dans ce cas, d'autres outils financiers peuvent mieux répondre à votre situation et au développement de votre projet, comme le financement participatif en don et prévente, des subventions ou la philanthropie.

Le financement participatif en capital pourrait être utilisé plus tard, quand le projet sera plus mature et réunira les conditions de réussite.

Vous pouvez aller chercher du soutien auprès de votre conseiller ou conseillère aux entreprises dans votre MRC et votre pôle d'économie sociale.



## Est-ce que le financement participatif en capital est adapté à votre organisation ?

### Quelques pistes pour le savoir

- 1 **Vos objectifs, en émettant des obligations ou des parts, sont de :**
  - compléter le montage financier d'un projet ;
  - favoriser l'implication d'une communauté mobilisée ;
  - démontrer cette implication auprès de partenaires (effet de levier).
- 2 **Votre capacité de remboursement peut s'appuyer sur le fait que :**
  - vous générez des revenus autonomes ;
  - votre modèle d'affaires est viable ;
  - votre santé financière est bonne ;
  - vos prévisions financières sont réalistes ;
  - vous avez identifié les risques associés au projet et les mesures pour y répondre.
- 3 **Vous avez la capacité de mobiliser et de bâtir une campagne de communication et de sollicitation efficace**
  - Vous pouvez compter sur votre réseau de soutien.
  - Vos parties prenantes (équipe de travail, conseil d'administration, membres et/ou usagers et usagères) sont impliquées.
  - Votre organisation dispose d'une bonne notoriété.
- 4 **Votre projet est solide**
  - La vision et les perspectives du projet sont claires. Elles ont la capacité de susciter de l'adhésion et de renforcer la mission de votre organisation.
  - Les retombées attendues sont démontrables auprès des investisseurs potentiels.
  - Des partenaires clés s'engagent à vous soutenir.
- 5 **Votre conseil d'administration et vos partenaires sont impliqués**
  - Les membres de votre CA sont engagés.
  - Ils réunissent une diversité d'expertises.
  - Ils sont prêts à mobiliser leurs réseaux.
- 6 **Votre équipe possède les capacités nécessaires**
  - Votre équipe est familiarisée avec les obligations communautaires ou les parts.
  - Elle dispose d'expertises variées (administration, finance, communication, etc.) pour mettre en œuvre l'émission, la campagne de sollicitation et le remboursement des titres.
  - Elle a le temps de gérer la campagne.
  - Elle dispose d'outils pour gérer la campagne.



### Pour en savoir plus

Guide d'émission, [Livret 2](#).





## Connaître et respecter les dispositions légales

Vous pensez remplir les critères pour réussir une campagne de financement participatif en capital.

Maintenant, d'un point de vue légal, vous devez vous assurer que :

- votre organisme est autorisé à émettre des obligations ou des parts, conformément à la Loi sur les compagnies, Partie III (articles 8, 77 et 225) ou à la Loi sur les coopératives, Chapitre VIII, Section 1;
- votre organisme remplit les conditions qui lui permettent de bénéficier de la dispense de produire un prospectus et de s'inscrire comme courtier, conformément à la Loi sur les valeurs mobilières (LVM), Article 3, paragraphe 3 (pour les obligations communautaires) ou Article 3, paragraphe 5 (pour les parts).

Tout au long du carnet de campagne, les encadrés « Respect du cadre légal » vous aideront à évaluer ces points.

### Qu'est-ce que la dispense de prospectus?

La dispense de prospectus permet à l'organisme qui émet les obligations ou les parts (organisme émetteur) de ne pas produire et soumettre à l'approbation de l'Autorité des marchés financiers (AMF) un document légal et détaillé normalement requis pour l'émission de titres au grand public.

Il s'agit d'un avantage pour les OBNL et les coopératives, puisque le processus de rédaction et d'approbation d'un prospectus peut être long et coûteux pour les émetteurs.

À noter que le Tribunal administratif des marchés financiers (TMF) pourrait retirer ce privilège à un organisme s'il juge que ce dernier a omis ou caché des faits importants; autrement dit, s'il a abusé de la dispense.

### Qu'est-ce que la dispense d'inscription comme courtier?

La dispense de s'inscrire comme courtier permet à l'organisme d'émettre directement les titres auprès de sa communauté sans devoir passer par un intermédiaire professionnel rémunéré (un courtier).



#### Pour en savoir plus

##### Lois

C-38, [Loi sur les compagnies](#), Partie III, Articles 8, 77 et 225

C-67.2, [Loi sur les coopératives](#), CHAPITRE VIII, Section 1

11 V-1.1, [Loi sur les valeurs mobilières](#), Article 3, paragraphes 3 et 5

##### Autres ressources

[Guide d'émission](#), [Livret 1](#), page 13

[Site de l'ampli](#), [Le cadre légal de l'émission d'obligations communautaires](#)

[Site de l'ampli](#), [Le cadre légal des parts](#)

### Respect du cadre légal

- Votre organisation est enregistrée et à jour au Registre des entreprises du Québec (REQ)** – obligation découlant de la Loi sur la publicité légale des entreprises (RLRQ, chapitre P-44.1).
- Votre organisation est une personne morale à but non lucratif** – obligation découlant de la LVM donnant accès aux dispenses de déposer un prospectus et de s'inscrire à titre de courtier.

Le statut juridique est nécessaire, mais ne suffit pas. L'analyse doit être faite globalement sur la mission et les activités de l'organisation.

Vous devez pouvoir démontrer que votre organisation est « fondamentalement de nature non lucrative », au regard de sa **mission**, de ses **activités**, de son **modèle de revenus** et de la manière dont sont **réinvestis les surplus**. Il est donc nécessaire d'observer les points suivants :

- Les documents constitutifs de votre organisation** (lettres patentes pour un OBNL, statuts de constitution pour une coopérative) **ou ses règlements généraux l'autorisent à émettre des obligations ou des parts**.

Ils contiennent la mention suivante :

« Le conseil d'administration peut, lorsqu'il le juge opportun :


- faire des emprunts de deniers sur le crédit de la personne morale;
- émettre des obligations ou d'autres valeurs de la personne morale et les donner en garantie ou les vendre pour des prix et des sommes jugés convenables;
- hypothéquer les immeubles et les meubles de la personne morale ou autrement frapper d'une charge quelconque les biens meubles de celle-ci. »

Si cette mention n'est pas présente, vous devez l'inclure **dans vos documents constitutifs, dans vos règlements généraux ou dans un règlement prévu à cette fin** et la faire adopter par au moins deux tiers des membres présents lors d'une assemblée dûment convoquée à cette fin.



- la mission (aussi nommé « l'objet prépondérant ») de votre organisation est fondamentalement « à but non lucratif »;
- les activités marchandes (ou lucratives) de votre organisation servent et se rattachent à la réalisation de votre mission;
- les gains retirés de vos activités marchandes sont réinvestis dans la réalisation de la mission et ne sont pas distribués aux membres de votre organisation;
- en cas de dissolution de votre organisation, les lettres patentes mentionnent que vos biens seront dévolus à une organisation exerçant une activité analogue.

Si vous avez un doute sur la situation de votre organisation<sup>3</sup>, il est essentiel de demander un avis juridique afin de vous assurer qu'elle respecte bien les critères pour bénéficier de la dispense.

 Dans tous les cas, il est recommandé de faire appel à un ou une professionnel·le et de vous doter d'un avis juridique pour valider les différents aspects légaux avant de débiter la vente de vos titres.

<sup>3</sup> Points de vigilance : certaines situations sont délicates et pourraient faire douter du caractère « fondamentalement à but non lucratif » d'une organisation. Par exemple :

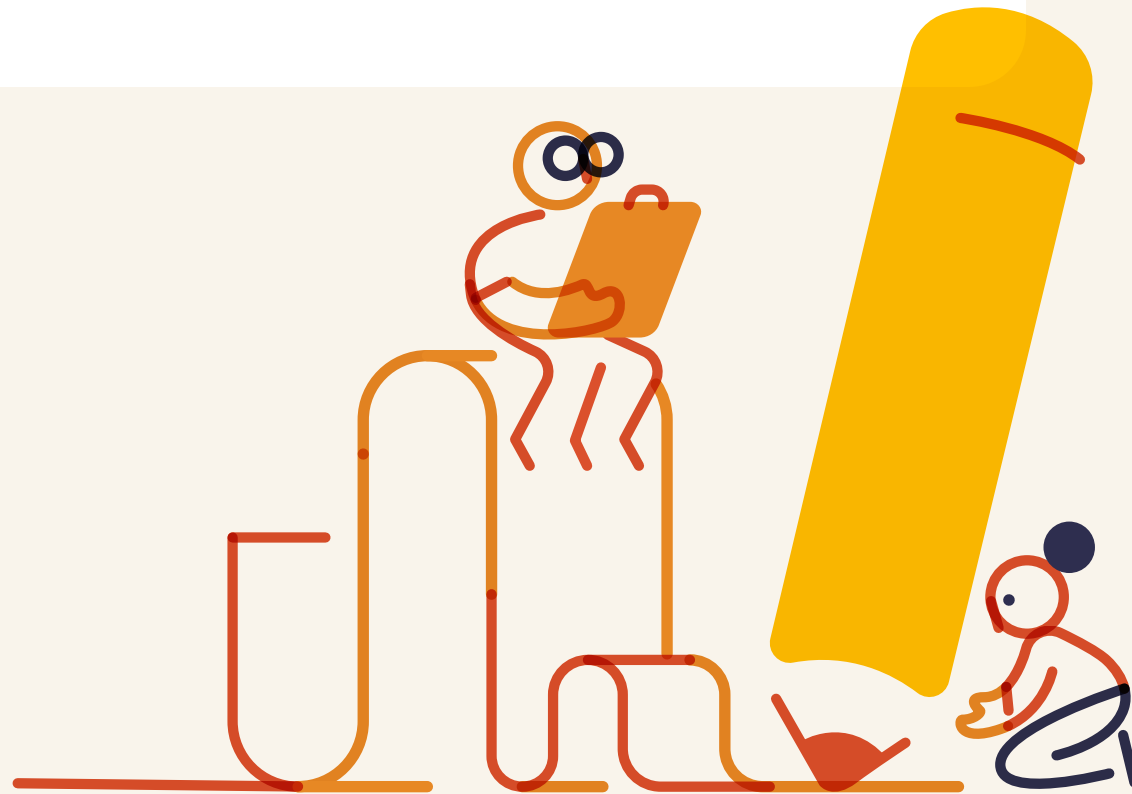
- l'organisation est liée et affiliée à une entreprise privée qui s'approprie une partie des surplus qu'elle génère;
- des individus bénéficient des surplus générés par l'organisation;
- l'organisation réalise peu d'activités liées à sa mission (par rapport à l'ensemble des activités déployées);

- des investissements importants dans des projets très risqués pourraient mettre en danger les activités de mission.

Si tel est le cas, votre organisation pourrait ne pas répondre aux critères de la Loi sur les valeurs mobilières et ne bénéficierait donc pas de la dispense de prospectus et d'inscription comme courtier.

# Concevoir sa campagne

Une campagne d'émission d'obligations communautaires ou de parts nécessite à la fois d'être rigoureux et de savoir s'ajuster en cours de route. Planifiez et organisez votre démarche, réfléchissez aux caractéristiques qui seront adaptées à vos besoins et au profil de vos investisseurs et élaborer la documentation et les outils qui soutiendront la campagne.



## A

### Planifier

#### Établir un calendrier

Il est important de se doter d'un calendrier réaliste en tenant compte de l'envergure de votre campagne et de la disponibilité de votre équipe. Réaliser une campagne d'émission ne peut se faire dans la précipitation.

Quand vous planifiez votre émission, n'oubliez pas que ces éléments peuvent vous ralentir et prendre plus de temps qu'imaginé :

- votre CA doit être informé et impliqué tout au long du processus ;
- le processus de réflexion pour identifier les meilleurs paramètres de votre campagne ne se fait pas de manière linéaire ;
- la documentation produite doit être rigoureuse et professionnelle ;
- la stratégie de mobilisation doit être solide ;
- vos outils (documentation et outils de gestion et de communication) doivent être entièrement prêts au moment de débiter la vente de vos titres.

Vous pouvez indiquer vos dates déterminées pour chacune des étapes aux endroits prévus à cet effet dans le résumé des 5 étapes d'une campagne, aux pages 4 et 5.

## B

### Penser et bâtir sa campagne

Pour bâtir votre campagne et en déterminer les caractéristiques, il est important de clarifier vos objectifs, de déterminer vos besoins de financement et votre capacité de remboursement, d'identifier vos investisseurs potentiels et de connaître leurs profils.

### Estimer les coûts de la réalisation de la campagne

Pour bien évaluer le coût de la réalisation de votre campagne, vous devrez prendre en compte les frais associés aux éléments suivants :

Catégories de coûts	Coûts estimés
✓ les ressources humaines allouées à l'émission (direction, administration, comptabilité, communications, etc.)	\$
✓ l'accompagnement à la conception de votre campagne	\$
✓ la production des outils de communication (p. ex. graphisme, imprimerie, page ou site Web, réseaux sociaux)	\$
✓ l'organisation des activités de sollicitation et de communication (pendant la période de vente et durant le terme)	\$
✓ les outils de gestion, comme un logiciel de gestion des suivis avec la clientèle ou ses membres (CRM)	\$
✓ les frais juridiques	\$
✓ autres	\$
<b>Total des coûts estimés</b>	<b>\$</b>

Pour ce faire, il est utile :

- 1 d'échanger avec vos partenaires (investisseurs potentiels, partenaires financiers, etc.) et de vous ajuster à leurs attentes ;
- 2 de procéder par allers-retours et de retenir le scénario idéal ;
- 3 d'être agile et de vous adapter au fil de la campagne en fonction de la manière dont réagit la communauté.



## Comment déterminer les caractéristiques de vos titres ?

Explorez et réfléchissez aux points suivants :

### La description du projet

Décrivez en une ou deux phrases le projet pour lequel vous avez besoin de financement.

### Les sources de financement envisagées

Par exemple, les prêts, les subventions, les dons, les revenus ou autres. Indiquez les montants obtenus ou à obtenir. Évaluez les revenus annuels générés par le projet et les sources de financement récurrentes auxquels vous avez accès pour assurer le paiement des intérêts et le remboursement à terme.

### Le montant total à émettre

Quel montant cherchez-vous à obtenir ?

Plusieurs éléments sont à considérer : le budget nécessaire à la réalisation du projet, votre capacité à générer des revenus et à rembourser à terme, le stade de développement de votre organisation, votre réseau et votre force de mobilisation, le profil et la capacité financière de la communauté visée, ainsi que vos ressources et contraintes (temps, expertise), notamment pour gérer les obligations à long terme.



### Pour en savoir plus

Guide d'émission, [Livret 3](#), pages 59 à 71

Site de l'ampli, [Comment déterminer vos conditions d'émission ?](#)

### Le coût envisagé du projet

Évaluez l'ensemble des investissements nécessaires pour la réalisation de votre projet ainsi que les dépenses en fonds de roulement et autres frais (p. ex. : études, prestataire de services, etc.).

### Les risques du projet et les mesures d'atténuation de ces risques

S'il y a des risques que votre projet ne se réalise pas, par exemple à cause d'un manque de financement, d'une perte de revenus ou de freins réglementaires, il est important de le soulever, car cela pourrait nuire à la confiance que votre communauté vous porte.

Nommez les risques et les leviers dont vous disposez pour réduire chacun d'entre eux.

## Les caractéristiques de vos titres (conditions d'émission)

L'ensemble de ces informations vous permet de déterminer les paramètres et les caractéristiques de vos titres : valeur nominale, taux d'intérêt, échéance, etc. (Voir détails en page 18.)

### Vos ressources et expertises internes

Quelles sont les forces de votre équipe (finance, administration, communication, sollicitation, etc.) ?

Évaluez si vous devez faire appel à des ressources externes pour compléter votre champ d'expertise.

### Les rôles et les expertises de vos partenaires clés

Nommez vos principaux partenaires et la manière dont ils peuvent vous soutenir (p. ex., grâce à une compétence particulière, l'accès à un réseau ou à du financement).

### Les objectifs et les retombées attendues de l'émission

Pourquoi voulez-vous utiliser le financement participatif en capital ? Quelles retombées financières et sociales attendez-vous de cette campagne ?

Par exemple, votre campagne vise à compléter votre montage financier, à générer un effet de levier auprès d'autres bailleurs de fonds, à mobiliser votre communauté ou à augmenter le sentiment d'appartenance de vos membres.

### Les investisseurs visés

Quels investisseurs (individus, entreprises, organisations partenaires, fondations, etc.) souhaitez-vous rejoindre ? Quelles sont leurs capacités financières, leurs motivations et leurs attentes en matière de rendements social et financier ?

Discutez avec certains de vos investisseurs ciblés pour mieux les connaître et établir leurs profils (personas). Sondez-les sur les conditions envisagées pour valider ou réajuster vos hypothèses.

### La stratégie de remboursement

Quelles stratégies envisagez-vous pour vous donner les moyens de rembourser vos investisseurs à terme ?

Par exemple : 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, le renouvellement des obligations, la conversion en don.

### Les moyens de communication et de sollicitation

Comment allez-vous rejoindre les investisseurs visés ? Quels sont vos messages et votre stratégie ?

La qualité de votre campagne de communication et de sollicitation sera cruciale pour atteindre les investisseurs visés et traduire leur appui en investissement.

Utilisez vos réflexions et réponses des pages 14 et 15 pour remplir les cases.



La description du projet



Les sources de financement envisagées



Le montant total à émettre



Le coût envisagé du projet



Les risques du projet et les mesures d'atténuation de ces risques



Les caractéristiques de vos titres (conditions d'émission)



Vos ressources et expertises internes



Les rôles et les expertises de vos partenaires clés



Les objectifs et les retombées attendues de l'émission



Les investisseurs visés



La stratégie de remboursement



Les moyens de communication et de sollicitation





## Établir les caractéristiques de vos titres

Les informations et les réponses aux questions précédentes vous ont permis de cerner, entre autres, vos besoins de financement, votre capacité de remboursement et les attentes de vos investisseurs. Vous êtes maintenant en mesure d'établir les paramètres et les caractéristiques de vos titres (les conditions d'émission).

Vous pourriez envisager plusieurs catégories d'obligations ou de parts pour répondre à plusieurs profils d'investisseurs.

Par exemple :

- **catégorie A :** valeur nominale de 1 000 \$, taux d'intérêt de 3 %, terme de 5 ans, intérêts payés à l'échéance ;
- **catégorie B :** valeur nominale de 5 000 \$, taux d'intérêt de 4 %, terme de 5 ans, intérêts payés à l'échéance ;
- **catégorie C :** valeur nominale de 1 000 \$, plancher d'investissement de 25 000 \$, taux d'intérêt de 5 %, terme de 7 ans, intérêts payés annuellement.

Pour chaque catégorie, résumez ici :

Montant émis	↳
Valeur nominale	↳
Investissement minimal	↳
Taux d'intérêt	↳
Fréquence de paiement des intérêts	↳
Terme	↳



### À inclure dans le sommaire des conditions

Gardez en tête que l'ensemble des caractéristiques suivantes devront être identifiées pour chaque catégorie et se retrouver dans le sommaire des conditions (voir page 20).

Le type de titre émis (obligations ou parts)

Les objectifs de l'emploi des fonds

Le montant total émis

La période de vente

La date d'émission

La date d'échéance

Le terme (p. ex. 4 ans ou 5 ans)

La valeur nominale (le montant de chaque obligation ou part)

Le nombre d'obligations ou de parts émises

La valeur minimale et maximale par investisseur (aussi appelé souscripteur)

Le taux d'intérêt

Les modalités de paiement des intérêts (p. ex. annuel ou à terme)

Les modalités de transfert et rachat avant terme (p. ex. transférable ou non transférable, rachetable ou non rachetable)

Les modalités de remboursement du capital

Les modalités de renouvellement

Les mesures de sécurité

Les incitatifs fiscaux (p. ex., si vous êtes un organisme de bienfaisance)

L'information en continu (p. ex. rencontre annuelle, infolettre)



### Pour en savoir plus

[Guide d'émission, Livret 3, page 63](#)

[Site de l'ampli, Comment définir les conditions d'émission ?](#)



## Produire les documents et les outils requis

Après avoir précisé les paramètres de votre émission, vos publics cibles et la stratégie pour les rejoindre, il est temps de transposer ces informations dans une résolution de votre conseil d'administration (CA), dans la documentation destinée aux investisseurs potentiels (trousse de l'investisseur) et dans les outils de communication.

### Adopter une résolution

Le montant total et les conditions d'émission des titres (valeur nominale, taux d'intérêt et date d'échéance) doivent être autorisés dans une résolution de votre CA. Dans cette résolution, il est aussi recommandé de préciser l'ensemble des caractéristiques (soit le sommaire d'émission, voir en page 20). La campagne et la trousse de l'investisseur doivent respecter les conditions d'émission incluses dans la résolution.


### Respect du cadre légal

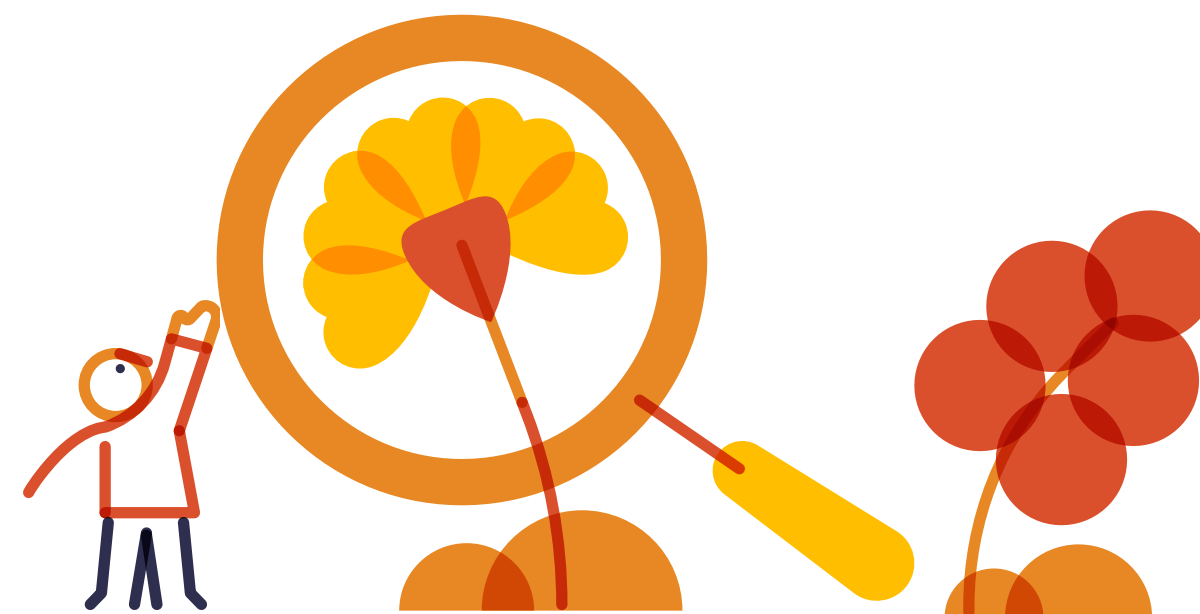
#### Résolution du CA

**Votre conseil d'administration a adopté une résolution qui :**

- autorise le montant total d'obligations ou de parts émises ;
- précise la valeur nominale, le taux d'intérêt et la date d'échéance de chaque catégorie.

#### À ne pas oublier

 Est-ce que vos documents constitutifs sont à jour ? Ce sont eux qui permettent à votre organisation d'émettre des obligations ou des parts (voir page 11). Votre accompagnateur ou accompagnatrice peut vous fournir des gabarits de résolution.



## Rédiger la trousse de l'investisseur

La trousse de l'investisseur comprend **4 documents essentiels** pour assurer la transparence et permettre aux investisseurs de prendre une décision éclairée. Vous devez leur transmettre votre trousse pendant la période de vente des titres.

### 1 Le document d'information

C'est un document particulièrement important puisqu'il doit fournir des renseignements détaillés, véridiques et clairs sur votre organisme (mission, santé financière, gouvernance, projet, retombées) et sur les titres que vous mettez en vente (risques, mesures de sécurité, recours). Il sera disponible sur le site internet de votre organisation et transmis à chaque investisseur intéressé.

Inspirez-vous de la table des matières proposée dans le [livret 3 du Guide d'émission](#) (page 72 à 74).

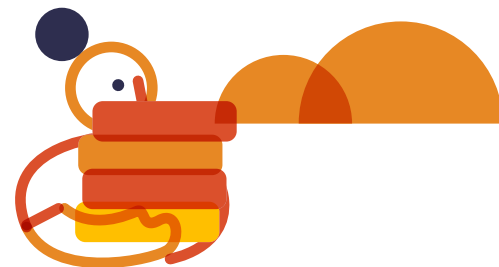
### 2 Le sommaire des conditions des titres offerts

Ce document, dont le contenu doit être adopté par votre conseil d'administration, récapitule toutes les caractéristiques des obligations. Il est intégré au document d'information.

Pour connaître les informations à intégrer dans le sommaire des conditions:

site de l'ampli, [Comment déterminer les conditions d'émission](#);

[Guide d'émission, Livret 3, page 63.](#)



### 3 Le formulaire de souscription

C'est le document contractuel signé par l'investisseur (aussi appelé « souscripteur ») et la présidence de votre organisation (ou « l'émetteur ») qui confirme l'engagement d'achat. L'investisseur y reconnaît avoir pris connaissance du document d'information et des risques. Il est transmis à tout investisseur intéressé à acheter des obligations ou des parts.

Pour connaître les informations à intégrer dans le formulaire de souscription: [Guide d'émission, Livret 3, page 75.](#)

### 4 Le certificat d'obligation ou de part

C'est la reconnaissance de dette (pour les obligations) ou la reconnaissance de participation au capital (pour les parts) que votre organisation remet au souscripteur après avoir encaissé les fonds.

Pour connaître les informations à intégrer au certificat d'obligation ou de part: [Guide d'émission, Livret 3, page 76.](#)

## Respect du cadre légal

### Trousse de l'investisseur

**Vous fournissez aux investisseurs des informations détaillées sur les titres et les risques qui leur sont associés.**

Votre documentation doit indiquer que :

- « Aucune autorité en valeurs mobilières ni aucun agent responsable ne s'est prononcé sur la qualité des obligations communautaires offertes ni n'a examiné le présent document. »
- « En vertu de la loi, personne ne peut être rémunéré par la vente des obligations communautaires offertes. Chaque investisseur doit analyser l'impact de cet investissement sur sa propre situation financière. »
- « Les titres sont non garantis. Les détenteurs de ces titres 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. »
- « Le titre est incessible » (si le titre n'est pas transférable).

Vous devez également indiquer tout autre renseignement nécessaire à l'évaluation du niveau de risque et à la prise de décision libre et éclairée des investisseurs. Par exemple :

- la situation financière de l'organisation (avec la possibilité de rendre les états financiers disponibles);
- l'emploi des fonds;
- les risques associés au projet et aux titres;
- la stratégie de sortie et de remboursement.



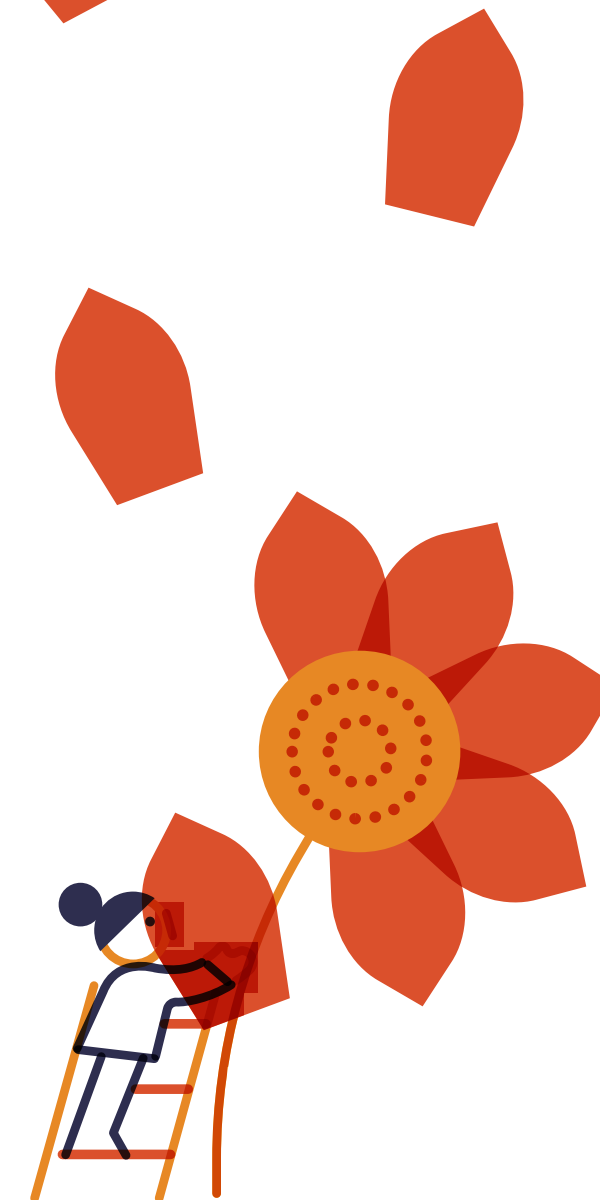
### Pour en savoir plus

#### Trousse de l'investisseur

[Guide d'émission, Livret 3, pages 72 à 77](#)

Site de l'ampli, [La trousse de l'investisseur, un élément essentiel de votre campagne](#)

Site de l'ampli, [Faire appel à ses membres et à sa communauté, ce que vous devez savoir sur les parts privilégiées](#)



## Produire les outils et les activités de communication

La communication est l'une des phases les plus stratégiques et cruciales pour le succès d'une émission d'obligations communautaires ou de parts.

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

### Outils de communication à produire

Après avoir clarifié les profils des investisseurs ciblés, il est conseillé de se doter :

- de messages clairs ;
- d'un plan où l'on trouve les stratégies de communication et de sollicitation ;
- d'un document de présentation succinct et attractif ;
- d'un espace Web qui rassemble toute la documentation ;
- d'une foire aux questions (FAQ) pour répondre aux questions récurrentes ;
- de courriels types que votre équipe, vos administrateurs et administratrices et vos partenaires pourront utiliser pour partager l'information et solliciter les investisseurs visés.

### Respect du cadre légal

Dans vos documents de communication :

- l'information sur les titres et les risques associés est claire, véridique et transparente.

## Activités à planifier

Il est utile de planifier la tenue d'événements qui permettent autant de mobiliser que d'informer votre communauté (p. ex. un événement de lancement ou des séances d'information).



### Pour en savoir plus

[Guide d'émission, Livret 3, pages 81 à 83](#)

[Site de l'ampli, Communiquer et mobiliser, quelques stratégies, outils et activités](#)



## Préparer les outils de gestion

Il est important de se préparer à la vente des titres, notamment en ayant recours à des outils de gestion adaptés à l'envergure de la campagne. Il est nécessaire notamment de :

- tenir à jour un registre des détenteurs et détentrices d'obligations ou de parts ;
- prévoir les façons dont les investisseurs pourront vous faire parvenir leur paiement ;
- s'assurer de conserver des données (papier, électronique).



### Pour en savoir plus

[Guide d'émission, Livret 3, pages 79 à 89](#)

[Site de l'ampli, Bien gérer sa relation à long terme avec ses investisseurs, conseils et outils](#)



1

2

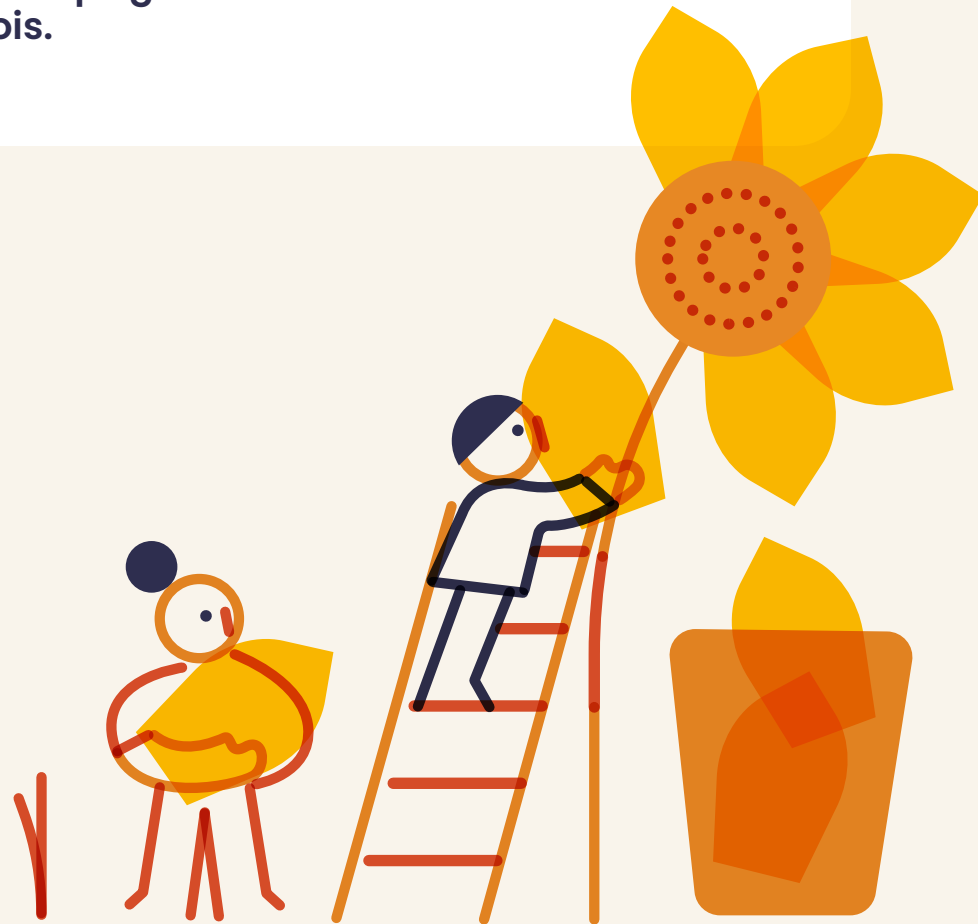
Étape 3

4

5

# Émettre (vendre) les titres

**Vous êtes prêts. C'est le moment venu d'émettre (de vendre) vos titres à votre communauté. Vous vous êtes donné une période de vente qui généralement se situe entre 2 et 6 mois.**



A

## Ouvrir la 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 communication et de sollicitation établie à l'étape précédente. C'est le moment de diffuser les outils, d'être disponible pour répondre aux questions et de mobiliser l'ensemble de l'équipe et les membres du conseil d'administration pour qu'ils puissent à leur tour relayer les informations et mobiliser leurs réseaux.

Soyez vigilants et vigilantes : on sous-estime souvent le temps nécessaire pour répondre aux questions, que ce soit sur le projet ou sur le mode de fonctionnement des titres.

### Respect du cadre légal

#### Pour vendre vos titres, vous pouvez :

- ✓ faire de la publicité et du démarchage ;
- ✓ affecter du personnel de votre organisme à ces tâches.

#### Vous ne pouvez pas :

- ✗ offrir une rémunération sur la vente des titres (p. ex., la personne qui vend les titres ne peut pas obtenir de commission sur la vente) ;
- ✗ fournir des conseils en placement (l'investisseur potentiel doit prendre sa décision de manière libre, autonome et en connaissance de cause, et doit donc disposer de toute l'information nécessaire à sa prise de décision) ;
- ✗ faire appel à un intermédiaire rémunéré pour la vente des titres (p. ex. un courtier rémunéré).
- ✗ émettre des titres à des investisseurs non québécois.

B

## Clore la période de vente

### À la fin de la période de vente, vous devez :

- vérifier les documents reçus et vous assurer que tous les formulaires ont été signés par les investisseurs (souscripteurs) et votre présidence (l'émetteur) ;
- encaisser les paiements.

### Ensuite, vous pourrez :

- transmettre les certificats d'obligations ou de parts ainsi que des remerciements aux investisseurs.

### Vous devrez finalement :

- tenir à jour le registre des investisseurs et conserver une copie électronique (et idéalement papier) de l'ensemble de la documentation (copies des formulaires de souscription, des certificats d'obligation ou de parts et des paiements).

Aussi, comme marque de gratitude, vous pouvez organiser une activité de remerciements pour vos investisseurs.



### Pour en savoir plus

*Guide d'émission*, [Livret 3](#), pages 84 à 85

Site de l'ampli, [Vendre des obligations à sa communauté](#)

1

2

3

Étape 4

5

# Gérer la relation avec les investisseurs

Les détentrices et détenteurs d'obligations ou de parts sont devenus des partenaires privilégiés de votre organisation. Elles et ils vous ont démontré leur attachement à votre mission et leur soutien à votre développement.



A

## Soignez la relation jusqu'à l'échéance

Il est important de maintenir un climat de confiance avec vos investisseurs et de communiquer régulièrement avec eux sur le projet et l'emploi des fonds. Au-delà du sentiment d'appartenance que cela peut renforcer, la qualité du suivi aura un impact direct sur la volonté des investisseurs de renouveler leur engagement au moment du renouvellement des titres à terme ou lors d'une nouvelle émission.

### Comment ?

- Informez-les, au moins une fois par an, des avancées de votre projet, de l'emploi des fonds récoltés et des perspectives de développement de votre organisation.
- Maintenez votre registre (coordonnées) à jour et assurez-vous que, malgré la rotation possible de votre personnel, la documentation sur les titres et les investisseurs est maintenue avec rigueur tout au long du terme.

B

## Assurez un suivi financier

Afin d'anticiper et de planifier le remboursement à terme, vous :

- maintenez un suivi régulier sur votre capacité de remboursement à terme des obligations ;
- mettez en œuvre les différentes stratégies envisagées, que ce soit l'alimentation d'un fonds de prévoyance, la mobilisation de nouveaux investisseurs, l'organisation d'une nouvelle émission, etc.



Pour en savoir plus

*Guide d'émission, Livret 3, page 86*

Site de l'ampli, [Bien gérer sa relation à long terme avec ses investisseurs](#)



1

2

3

4

Étape 5

## Rembourser ou renouveler les titres

Soyez prêt-es à retourner vers vos investisseurs et à leur proposer différentes options.



A

### Anticipez la fin du terme

Selon la stratégie de remboursement que vous avez privilégiée et la santé financière de votre organisation, **trois options** sont possibles :

- rembourser l'ensemble ou une partie des investisseurs (grâce aux revenus générés et au fonds de prévoyance créé à cet effet) ;
- renouveler les titres (aux mêmes termes et conditions) ;
- explorer l'ouverture des investisseurs à convertir les prêts en don.

Il se peut que votre organisation n'ait pas la capacité financière de rembourser, même en partie, vos investisseurs. Dans ce cas, la clause inscrite dans votre contrat de souscription « Le remboursement du capital ne pourra être réalisé que s'il ne porte pas atteinte à la stabilité financière de l'organisme » (voir encadré Respect du cadre légal, en page 21) vous permet de renouveler les titres aux mêmes conditions.

B

### Retournez vers vos investisseurs

Trois mois avant l'échéance, écrivez à chaque investisseur pour l'informer ou lui rappeler que les obligations (ou les parts) arrivent à échéance. Présentez-leur les différentes options qui s'offrent à eux (être remboursé, renouveler l'investissement, convertir le prêt en don).





## Procédez au remboursement ou au renouvellement

À l'échéance, différentes actions doivent être faites selon le choix des investisseurs.

### Pour ceux qui ont demandé à être remboursés:

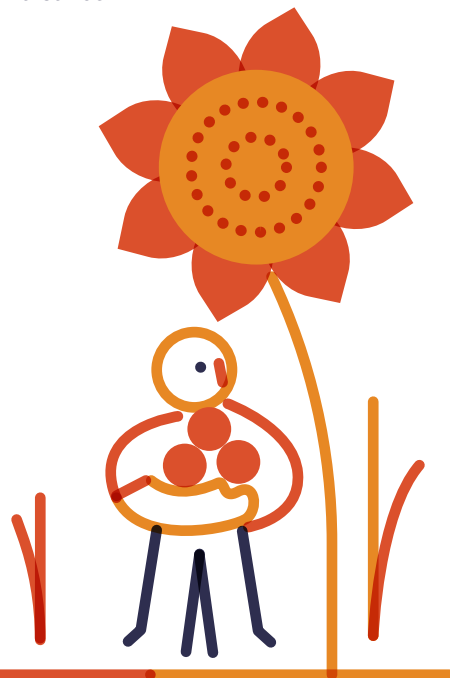
- effectuez le remboursement du capital;
- payez les intérêts (si paiement à terme) et remettez les reçus fiscaux;
- remettez les reçus de charité (si don des intérêts à un organisme de bienfaisance).

### Pour ceux qui ont opté pour un renouvellement des titres:

- faites signer l'avis de renouvellement;
- transmettez le nouveau certificat d'obligation ou de parts;
- remettez les reçus fiscaux (si don des intérêts à un organisme de bienfaisance).

### Pour ceux qui souhaitent une conversion en don:

- faites signer l'avis de conversion en don;
- remettez les reçus fiscaux si vous êtes un organisme de bienfaisance.



## Financement participatif en capital et fiscalité

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 aux agences fédérale et provinciale du revenu.

Au moment du paiement des intérêts, vous devez remettre aux souscripteurs:

- [le formulaire R-3 – Revenus de placement](#) (au provincial);
- [le formulaire T-5 – État de revenus de placement](#) (au fédéral).

Puisqu'il s'agit d'un placement et non d'un don, il n'existe pas d'avantage fiscal pour le souscripteur, sauf s'il décide de convertir son prêt en don et que votre organisme est reconnu comme un organisme de bienfaisance.



## Pour en savoir plus

*Guide d'émission, Livret 3, page 87*

Site de l'ampli, [Anticiper le remboursement des obligations](#)

Site de l'ampli, [Faire appel à sa communauté, ce que vous devez savoir sur les obligations communautaires](#)

## Conclusion

**Ce carnet de campagne visait à outiller le mieux possible les entreprises d'économie sociale qui souhaitent explorer le financement participatif en capital et mener une campagne d'émission. Pour un soutien personnalisé, n'hésitez pas à recourir à l'accompagnement proposé par l'ampli. Pour en apprendre plus, visitez le site [amplifinance.info](http://amplifinance.info) ou contactez votre pôle d'économie sociale.**

L'accompagnement est essentiel à la réussite d'une campagne d'émission d'obligations communautaires ou de parts privilégiées.

Les accompagnateurs et accompagnatrices de l'ampli sont des expert-es des aspects techniques et financiers. Ils et elles vous guideront, étape par étape, dans la campagne d'émission. Ces personnes ont accès à l'entièreté de la trousse d'outils de l'ampli, incluant des gabarits spécifiquement créés pour s'assurer du respect des bonnes pratiques, mais également pour faciliter votre travail. Renseignez-vous sur le parcours l'ampli [ici](#).

## fonds l'ampli.

Le **Fonds l'ampli** est un outil de financement complémentaire à une campagne d'émission d'obligations communautaires ou de parts. Il peut vous soutenir en doublant les investissements engagés par votre communauté.



## En résumé

Voici 8 bonnes pratiques, tirées du site [l'amplifinance.info](http://amplifinance.info), à garder en tête durant chacune des étapes de ce cheminement.

- 1 S'informer
- 2 Se faire accompagner
- 3 Bien cerner les capacités et les besoins futurs de votre organisation
- 4 Être réaliste et pragmatique sur les caractéristiques des titres proposés
- 5 Prendre le temps et se tenir prêt
- 6 Faire preuve de rigueur, de clarté et de transparence
- 7 Être patient et raisonnable
- 8 Être prévoyant

## Le cadre légal en un coup d'œil

Trois lois encadrent l'émission d'obligations communautaires ou de parts pour les entreprises d'économie sociale :

- 1 La Loi sur les compagnies, partie III
- 2 La Loi sur les coopératives
- 3 La Loi sur les valeurs mobilières

**Vous devez vous assurer que :**

- **votre organisme est autorisé à émettre des obligations ou des parts, conformément à :**
  - la Loi sur les compagnies, Partie III (articles 8, 77 et 225),
  - la Loi sur les coopératives, Chapitre VIII, Section 1 ;
- **votre organisme remplit les conditions qui lui permettent de bénéficier de la dispense de produire un prospectus et de s'inscrire comme courtier, à condition que le placement des titres n'entraîne aucune rémunération, conformément à :**
  - la Loi sur les valeurs mobilières (LVM), Article 3, paragraphe 3 (pour les obligations communautaires),
  - la Loi sur les valeurs mobilières, Article 3, paragraphe 5 (pour les parts).

**Pour ce faire, vérifiez les éléments suivants tout au long du processus :**

### Avant l'émission

- Votre organisation est enregistrée et à jour au Registre des entreprises du Québec (REQ)**  – obligation découlant de la Loi sur la publicité légale des entreprises (RLRQ, chapitre P-44.1).

- Les documents constitutifs de votre organisation**  (lettres patentes pour un OBNL, statuts de constitution pour une coopérative)  **ou ses règlements généraux l'autorisent à émettre des obligations ou des parts.**

Ils contiennent la mention suivante :

« Le conseil d'administration peut, lorsqu'il le juge opportun :

- faire des emprunts de deniers sur le crédit de la personne morale ;
- émettre des obligations ou d'autres valeurs de la personne morale et les donner en garantie ou les vendre pour des prix et des sommes jugés convenables ;
- hypothéquer les immeubles et les meubles de la personne morale ou autrement frapper d'une charge quelconque les biens meubles de celle-ci. »

Si cette mention n'est pas présente, vous devez l'inclure  **dans vos documents constitutifs, dans vos règlements généraux ou dans un règlement prévu à cette fin**  et la faire adopter par au moins deux tiers des membres présents lors d'une assemblée dûment convoquée à cette fin.


- Votre organisation est une personne morale à but non lucratif**  – obligation découlant de la LVM donnant accès aux dispenses de déposer un prospectus et de s'inscrire à titre de courtier.

Le statut juridique est nécessaire, mais ne suffit pas. L'analyse doit être faite globalement sur la mission et les activités de l'organisation.

Vous devez pouvoir démontrer que votre organisation est « fondamentalement de nature non lucrative » au regard de sa mission, de ses activités, de son modèle de revenus et de la manière dont sont réinvestis les surplus. Il est donc nécessaire d'observer les points suivants :

- la mission (aussi nommé « l'objet prépondérant ») de votre organisation est fondamentalement « à but non lucratif » ;
- les activités marchandes (ou lucratives) de votre organisation servent et se rattachent à la réalisation de votre mission ;
- les gains retirés de vos activités marchandes sont réinvestis dans la réalisation de la mission et ne sont pas distribués aux membres de votre organisation ;
- en cas de dissolution de votre organisation, les lettres patentes mentionnent que vos biens seront dévolus à une organisation exerçant une activité analogue.

Si vous avez un doute sur la situation de votre organisation, il est essentiel de demander un avis juridique afin de vous assurer qu'elle respecte bien les critères pour bénéficier de la dispense.

-  Dans tous les cas, il est recommandé de faire appel à un ou une professionnel·le et de vous doter d'un avis juridique pour valider les différents aspects légaux avant de débiter la vente de vos titres.

### Résolution du CA

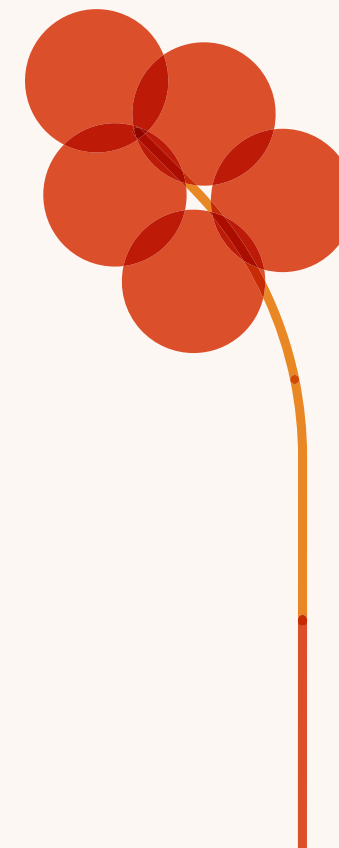
**Votre conseil d'administration a adopté une résolution qui :**

- autorise le montant total d'obligations ou de parts émises ;
- précise la valeur nominale, le taux d'intérêt et la date d'échéance de chaque catégorie.

### À ne pas oublier



Est-ce que vos documents constitutifs sont à jour ? Ce sont eux qui permettent à votre organisation d'émettre des obligations ou des parts (voir page 11). Votre accompagnateur ou accompagnatrice peut vous fournir des gabarits de résolution.



## Trousse de l'investisseur

**Vous fournissez aux investisseurs des informations détaillées sur les titres et les risques qui leur sont associés.**

Votre documentation doit indiquer que :

- « Aucune autorité en valeurs mobilières ni aucun agent responsable ne s'est prononcé sur la qualité des obligations communautaires offertes ni n'a examiné le présent document. »
- « En vertu de la loi, personne ne peut être rémunéré par la vente des obligations communautaires offertes. Chaque investisseur doit analyser l'impact de cet investissement sur sa propre situation financière. »
- « Les titres sont non garantis. Les détenteurs de ces titres 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. »
- « Le titre est incessible. »

Vous devez également indiquer tout autre renseignement nécessaire à l'évaluation du niveau de risque et à la prise de décision libre et éclairée des investisseurs. Par exemple :

- la situation financière de l'organisation (avec la possibilité de rendre les états financiers disponibles) ;
- l'emploi des fonds ;
- les risques associés au projet et aux titres ;
- la stratégie de sortie et de remboursement.

Dans vos documents de communication :

- l'information sur les titres et les risques associés est claire, véridique et transparente.

## Pendant l'émission

**Pour vendre vos titres, vous pouvez :**

- ✓ faire de la publicité et du démarchage ;
- ✓ affecter du personnel de votre organisme à ces tâches.

**Vous ne pouvez pas :**

- ✗ offrir une rémunération sur la vente des titres (p. ex., la personne qui vend les titres ne peut pas obtenir de commission sur la vente) ;
- ✗ fournir des conseils en placement (l'investisseur potentiel doit prendre sa décision de manière libre, autonome et en connaissance de cause, et doit donc disposer de toute l'information nécessaire à sa prise de décision) ;
- ✗ faire appel à un intermédiaire rémunéré pour la vente des titres (p. ex. un courtier rémunéré).
- ✗ émettre des titres à des investisseurs non québécois.

## Remerciements

Nous tenons à remercier les acteurs et actrices de l'écosystème de soutien à l'économie sociale et les représentants et représentantes d'entreprises d'économie sociale qui nous ont fait part de leurs besoins et de leurs commentaires à différentes étapes de production de ce carnet de campagne. Ces rétroactions nous ont permis de bonifier cet outil.

Les acteurs et actrices de l'écosystème de soutien à l'économie sociale : Amélie Girard (Économie sociale Laurentides), Vanessa Girard-Tremblay (Estuaire Coop de travail), Charles Gagnon (Chantier de l'économie sociale), Emilien Gruet (TIESS), Audrey Meyer (Économie sociale Lanaudière), Marc Nisbet (PME MTL Centre-Est), Charlie Plante (Coopérative de développement régional du Québec), Joëlle Ritchie (Coopérative de développement régional Outaouais-Laurentides – CDROL), Maude M. Sévigny (Pôle d'entrepreneuriat collectif de l'Estrie), Dario Iezzoni, Hoffman Wolff (SEEnet).

Les représentants et représentantes d'entreprises d'économie sociale : David Beauchemin (Baseline), Véronique Bouchard (Ferme aux petits oignons, coop de solidarité), Kevin Drouin-Léger (Centrale Agricole), Pharaoh Hamid Freeman (One Full Circle – OFC), Corinne Jacob (Paradis, coopérative de solidarité), Apolline Lasnier (LESPACEMAKER), Rina Marchand (Groupe TAQ), Marie-Michèle Monssen (Espace LGBTQ+), Marie-Josée Renaud (CKIA FM).

## Contributions

Rédaction : Vanessa Sorin (TIESS)

Avec la collaboration de : Émeline Le Guen et Gabrielle Lagüe (Chantier de l'économie sociale)

Édition : Andréanne Chevalier (TIESS)

Révision linguistique : Stéphane J. Bureau (TIESS)

Graphisme et illustrations : [MamboMambo](#)



## Limite de responsabilité

Les informations contenues dans cette publication sont fournies à titre indicatif seulement et ne visent pas à conseiller le public quant à ses droits et obligations légales. Elles reposent notamment sur des lois et des règlements qui peuvent être différents au moment de la consultation, voire inapplicables ou non conformes à la situation du lecteur ou de la lectrice. Ainsi, rien dans ce document ne peut être interprété comme une opinion professionnelle ou une réponse à une situation particulière. Ces informations ne peuvent remplacer la consultation d'un ou d'une professionnel·le, avocat·e ou autre.



**N'hésitez pas à partager cette publication !**

Cette licence permet de copier, distribuer et communiquer notre contenu à **des fins non commerciales à la condition de nous attribuer le crédit**. Vous ne pouvez toutefois pas modifier le contenu.

Pour citer : Chantier de l'économie sociale. (2026). *Bâtir sa campagne de financement participatif en capital. Carnet à l'intention des entreprises d'économie sociale.*

**l'ampli.**

**CHANTIER**  
DE L'ÉCONOMIE SOCIALE

**RISQ**  
RESEAU D'INVESTISSEMENT  
SOCIAL DU QUÉBEC

**tiess**

Avec le soutien de

**Fondation Lucie**  
et André Chagnon

