



SWISS  
CROWDFUNDING  
ASSOCIATION

**IV.**

**Le crowdfunding:  
UNE OPPORTUNITÉ  
POUR LE TOURISME**

---

**LIVRE BLANC** LE CROWDFUNDING EN SUISSE - 2015

## IV. Le crowdfunding: Une opportunité pour le tourisme

\*\*\*

Si le financement par *crowdfunding* est bien connu parmi le milieu technologique (38.5% du financement) et musical (15.6% du financement), il l'est moins pour l'industrie du tourisme, malgré son importance dans l'économie suisse. En 2013, le tourisme a en effet généré près de 34.9 milliards de francs suisses (Swisstourfed, 2013) et représentait près de 4% des équivalents plein temps en Suisse (OFS, 2014).

Dans son rapport du 26 juin 2013 sur la situation structurelle du tourisme suisse, le Conseil fédéral met l'accent sur les problèmes engendrés par l'évolution négative de la rentabilité et de l'endettement de l'hôtellerie suisse. Les hôteliers ne peuvent plus compter sur l'apport de fonds étrangers pour financer leurs investissements. Le crowdfunding constitue dès lors une nouvelle source de capitaux pour les hôteliers et la branche touristique en générale. Dans un contexte écologique et économique changeant, cette branche doit s'adapter, innover, en passant notamment par le développement de nouveaux modèles d'affaires, voire l'adoption de l'innovation dans le mode de financement des projets.

Une étude des instituts de recherche Entrepreneuriat & Management et Tourisme de la HES-SO Valais-Wallis (Grèzes et al., 2015) présente l'analyse de 680 projets financés sur les plateformes de crowdfunding suisses, et caractérise 156 d'entre eux comme «potentiellement liés au secteur touristique», soit moins de 23% des projets analysés, dont seulement 8 projets qualifiés de «strictement touristiques», soit moins de 1,2% des projets analysés; les 148 autres projets comportant des « caractéristiques touristiques ».

Les 8 projets « strictement touristiques », pour leur part, ont représenté une levée de fond de plus de 553'000 francs suisses en atteignant un taux de financement de 104.5%. Cinq d'entre eux concernent la culture et les trois autres l'hébergement, et les loisirs. Pour leur part, les 148 projets présentant des caractéristiques touristiques ont récolté près de 1,35 millions de francs suisses avec un taux de financement de 108,3%. Ces projets concernent majoritairement des activités ou des animations.

Afin de tirer les leçons du premier cas de crowdfunding en Suisse lié à l'extension des services d'un hôtel, nous avons interviewé le porteur de projet de ce cas (Grèzes, V., 2015) et identifié les facteurs clés du succès, ainsi que les bénéfices retirés, qui vont bien au-delà du financement du projet.

Sources:

Vincent Grèzes (ph.D.), Lionel Emery, Antoine Perruchoud (Prof.) et Roland Schegg (Prof., ph.D.).

\*\*\*

\*\*\*

## **Le premier cas de crowdfunding touristique: la création d'un SPA**

100-days est la première plateforme de crowdfunding à avoir introduit la catégorie «touristique» avec le projet «Hôtel bottes de paille: Sauna et système photovoltaïque-wellness en pleine nature» qui a été lancé par le Maya Boutique Hôtel situé à Nax, en Valais.

Ce projet est le premier projet en lien avec l'hébergement touristique visant à développer un sauna scandinave et un système photovoltaïque - Wellness en pleine nature. Les initiateurs du projet souhaitaient récolter 9'500 francs suisses. Cent jours plus tard, 64 personnes ont soutenu ce projet, permettant ainsi de lever plus de 23'000 francs, dont 65% proviennent de personnes privées, indigènes et touristes.

Selon l'étude, les facteurs de succès reposent principalement sur une campagne de communication solide et assidue, des contreparties équitables et intéressantes ainsi que le caractère local du projet.

Il est important de relever qu'au travers de cette campagne, le Maya Boutique Hôtel a retiré bien plus que le seul financement de son nouveau SPA. En effet, la campagne de crowdfunding a permis d'offrir à l'établissement une importante visibilité aux niveaux valaisan, helvétique et international, devenant un cas d'étude pour des universitaires étrangers, tout en créant un esprit de communauté auprès des personnes ayant soutenu le projet.

En tenant compte du succès des contreparties, composées principalement de bons ou de forfaits de l'hôtel, cette campagne a également permis au porteur de projet de valider la pertinence de son concept et de s'assurer que l'offre qu'il souhaite proposer trouve ses clients.

## **Le crowdfunding, une opportunité pour le tourisme**

Comme le montrent ces deux études, le crowdfunding est encore faiblement utilisé dans les milieux du tourisme. Pourtant ce processus participatif recèle des atouts dépassant le seul financement du projet, notamment en y apportant de la visibilité, ainsi qu'un renforcement de la relation client, une dimension essentielle pour la pérennité des services touristiques. De plus, le crowdfunding permet une prise de risque partagée pour tester des idées parfois disruptives et ainsi renforcer le potentiel d'innovation des acteurs touristiques suisses.

\*\*\*

# Références

\*\*\*

- COMMISSION EUROPENNE, 2015. Crowdfunding guide : Access to finance for SMEs, What are the risks ? 10 juin 2015. Disponible à l'adresse : [http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/risks/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/crowdfunding-guide/what-is/risks/index_en.htm)
- FINMA, 2014. Crowdfunding (financement participatif). Disponible à l'adresse : <https://www.finma.ch/en/-search/#query=crowdfunding&Order=4>
- BAECK, Peter, COLLINS, Liam, ZHANG, Brya, 2014. Home, Publications, Understanding Alternative Finance: The UK Alternative Finance Industry Report 2014. [nesta.org.uk](http://www.nesta.org.uk/publications/understanding-alternative-finance-uk-alternative-finance-industry-report-2014). Disponible à l'adresse : <http://www.nesta.org.uk/publications/understanding-alternative-finance-uk-alternative-finance-industry-report-2014>
- BELLEFLAMME, Paul, LAMBERT, Thomas, SCHWIENBACHER, Armin, 2013. Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*. 29 septembre 2013. Volume 29, Issue 5, September 2014, Pages 585–609.
- BRUNTJE, Dennis, GAJDJA, Oliver, 2015. Crowdfunding in Europe. State of the Art in theory and Practice.
- DIETRICH, Andreas, AMREIN, Simon, 2014. Crowdfunding Monitoring Switzerland 2014. [hslu.ch/crowdfunding](http://hslu.ch/crowdfunding). Disponible à l'adresse : <https://blog.hslu.ch/retailbanking/files/2014/05/Crowdfunding-Monitoring-2014-English.pdf>
- DIETRICH, Andreas, AMREIN, Simon, 2015. Crowdfunding Monitoring Switzerland 2015. [hslu.ch/crowdfunding](http://hslu.ch/crowdfunding). Disponible à l'adresse : [https://blog.hslu.ch/retailbanking/files/2015/05/Crowdfunding-Monitoring\\_English.pdf](https://blog.hslu.ch/retailbanking/files/2015/05/Crowdfunding-Monitoring_English.pdf)
- ETTER, Vincent, Matthias GROSSGLAUSER, THIRAN, Patrick, 2013. Launch Hard or Go Home! Predicting the Success of Kickstarter Campaigns. *The ACM Guide To Computing Literature*. 7-8 octobre. Proceedings of the first ACM conference on Online Social Networks (COSN'13), p. 177-182.
- GREZES, V., EMERY, L., SCHEGG, R., PERRUCHOUD, A. (2015) Crowdfunded Tourism Activities: Study on the Direct Impact of Swiss Crowdfunding Platforms on the Tourism Industry, *Travel & Tourism Research Association 2015 European Chapter Conference*, Innsbruck, Austria, TTRA European Chapter
- OFS (2014). *La statistique suisse du tourisme 2013*, Federal Statistical Office, Neuchâtel
- SWISSTOURFED (2013). *Swiss tourism in figures 2013*, Swiss tourism Federation, in: <http://www.swisstourfed.ch>
- YEOH, Peter, 2014. Implications of online funding regulations for small businesses. *Journal of Financial Regulation and Compliance*. Février 2014. Vol. 22 Iss pp. 349-364.
- WARDROP, Robert, ZHANG, Bryan, RAU, Raghavendra, GRAY, Mia, 2015. *Moving Mainstream : The European Alternative Finance Benchmarking Report*. [jbs.cam.ac.uk](http://www.jbs.cam.ac.uk) Disponible à l'adresse : <http://www.jbs.cam.ac.uk/index.php?id=6481#.VZJxrOuE5LK>

\*\*\*



Email: [contact@swisscrowdfundingassociation.ch](mailto:contact@swisscrowdfundingassociation.ch)

Site: [www.swisscrowdfundingassociation.ch](http://www.swisscrowdfundingassociation.ch)

Adresse: HEG, Route de Drize 7, 1227 Carouge