**Étude de cas**

| **Titre de l'étude de cas** | A successful female crowdfunding campaign – The Silfir project |
| --- | --- |
| **Mots-clés (balise méta)** | Access to finance, crowdfunding |
| **Fourni par** | IHF |
| **Langue** | FRANCAIS |
| **Étude de cas** | |
| Le crowdfunding est une pratique de financement des levées de fonds qui semble révolutionner la dynamique des genres en ce qui concerne la possibilité d'accéder au financement. Les hommes utilisent les plateformes de crowdfunding plus souvent que les femmes ; cependant, les femmes réussissent mieux à atteindre les objectifs de leur campagne.  Les taux de réussite plus élevés des femmes dans le crowdfunding contrastent avec les chances plus faibles lorsqu'elles sont en concurrence avec les hommes pour les subventions gouvernementales et dans les systèmes de financement traditionnels en général (ESMT Berlin, 2019).  La marque de mode durable Silfir, fondée par Hannah Kromminga, est un exemple de la manière dont les femmes peuvent réussir à financer leur entreprise par crowdfunding.  En 2019, son entreprise a pu crowdfunder 30 000 euros sur Kickstarter pour payer la production de leur collection. Le crowdfunding est donc devenu essentiel pour tester le succès du produit d'Hannah et promouvoir son idée, ce qui a permis à Hannah de remporter le prix européen de l'innovation pour un uniforme de design circulaire. | |
| **Lien de référence (le cas échéant)** | <https://www.kickstarter.com/projects/921919360/sustainable-fashion-made-easy-the-soft-workwear-uniform>  <https://esmt.berlin/press/women-are-more-successful-crowdfunding-men-says-esmt-berlin-study>  <https://femalefounderspace.com/5-crowdfunding-campaigns-of-female-founders-and-their-key-to-success/>  <https://wsa-global.org/person/hannah-kromminga/> |
| **Type de matériau** | ÉTUDE DE CAS |