

PlaceToBee : l'agrotourisme à visage humain

Forbes Brandvoice Paid program by MédiaFrance

25 août 2025 [Facebook] [Twitter] [LinkedIn] [Email]



Entre innovation et traditions agricoles, PlaceToBee transforme le camping en une expérience sensorielle, durable, ancrée dans le goût et la rencontre humaine.

Un champ, un doute, une révélation

L'histoire de PlaceToBee commence en van, sur une aire improvisée d'Allemagne, là où l'intuition d'un besoin universel rencontre l'imaginaire d'une solution simple et humaine. « Une nuit, de retour de voyage et fatigué, Arnaud Fasnacht s'est arrêté dans un champ pour se reposer. Mais il ne savait pas s'il serait toléré. Cela l'a empêché de dormir », raconte Anneline Cachat, cofondatrice de PlaceToBee. Il s'est alors demandé « et si on pouvait créer une solution qui profiterait tant aux campeurs qu'aux producteurs ? », renchérit-elle. De cette nuit sans sommeil est né un concept aujourd'hui solidement implanté en Suisse, qui permet aux campeurs de s'arrêter sur les terres de producteurs locaux, en échange de l'achat de leurs produits. Concrètement, la plateforme, entièrement digitale, permet aux campeurs de localiser les emplacements, tandis qu'une vignette apposée sur le véhicule assure son identification.

En effet, fondée en 2021, la plateforme s'est pensée dès ses prémices comme un projet national, avec un nom évocateur, PlaceToBee, clin d'œil au parcours nomade de l'abeille qui butine de place en place, attentive à la richesse des terres qu'elle traverse, et qui invite à s'arrêter là où l'on se sent la bienvenue. Le principe est clair. La plateforme digitale permet aux membres, après achat d'une licence, de localiser les fermes et autres types de producteurs partenaires via l'application. Ils peuvent ainsi choisir un emplacement, y stationner pendant 24 heures maximum, et s'engagent à acheter les produits issus de l'exploitation de leur accueillant. « Nous avons refusé que les producteurs deviennent des loueurs d'emplacements. Ce qui fait la valeur de l'expérience, c'est la rencontre, l'achat de produits et l'histoire du lieu », précise la cofondatrice.

PlaceToBee, entre confort, authenticité et rencontres vraies

PlaceToBee ne répond pas uniquement à un besoin logistique. La plateforme s'inscrit dans une logique de redécouverte, autant pour les étrangers que pour les Suisses eux-mêmes. « Nous voulons offrir aux gens une façon de voyager lentement, de redécouvrir leur pays, ses accents, ses paysages oubliés », souligne Anneline. En Suisse, comme ailleurs, le camping sauvage est de plus en plus restreint. L'alternative PlaceToBee apparaît alors comme un compromis idéal, alliant légalité, exclusivité et authenticité.

Avec le temps, le concept a séduit des profils variés. Ainsi, trois profils de campeurs se dessinent : les amateurs de nature en quête d'évasion discrète, les familles en van qui cherchent à concilier confort et simplicité, ainsi que les retraités curieux souhaitant vivre des moments uniques. À ceux-là s'ajoutent les novices, loueurs occasionnels de vans. Tous partagent le désir profond de vivre une expérience sensorielle, proche du sol, des gens, des choses vraies. « Nos campeurs sont souvent des épicuriens. Ils veulent goûter, comprendre, s'imprégner. Ce n'est pas juste une halte, c'est une escale sensorielle », observe Anneline.

Du côté des accueillants, le même désir de lien se retrouve. Qu'ils soient vigneron, apiculteur, fromager ou brasseur, tous ont en commun la volonté de faire découvrir leurs produits, sans transformer leur activité. « Ce sont des producteurs passionnés qui veulent partager, pas gérer une aire de camping. Certains offrent de l'eau ou un brasero, d'autres proposent des ateliers, activités ou des dégustations, mais toujours dans l'idée d'une rencontre », ajoute la cofondatrice.

Une croissance maîtrisée, ancrée dans les valeurs

PlaceToBee ne cherche pas à conquérir le marché à tout prix. Sa croissance s'est construite lentement, par l'écoute, la proximité et le respect de ses valeurs. « Nous avons racheté nos concurrents et détenons aujourd'hui le monopole en Suisse, mais cela ne change rien à notre philosophie. Être proche des producteurs, rester simples et efficaces... sont des valeurs importantes pour nous », explique Anneline.

Par ailleurs, le système repose sur la confiance et une communauté bienveillante. Les retours des campeurs sont pris en compte, parfois dès le lendemain. Par exemple, « un campeur s'est plaint de moustiques à cause d'une grille d'égoût. L'accueillant a réglé le problème immédiatement. Ce sont de petites choses, mais qui montrent que nous mettons un accent particulier sur la satisfaction et le bien-être de nos membres », insiste-t-elle. En outre, face à l'engouement croissant, notamment venu de France, l'entreprise cherche à étendre son maillage tout en restant proche de la Suisse, vers Chamonix, Strasbourg ou les Vosges. « Notre objectif est d'exporter le modèle, sans le dénaturer. Ce n'est pas une course au volume », souligne la cofondatrice.

Enfin, à tous les producteurs qui souhaitent faire découvrir leur univers, PlaceToBee ouvre de nouvelles perspectives. Un coin de terrain, un accueil sincère... et l'envie de faire découvrir ses produits peuvent suffire à créer une halte inoubliable pour des voyageurs en quête d'authenticité.

Fiche contact

NOM : PlaceToBee
SITE WEB : www.place-to-bee.com
Facebook @placetobee.travelguide
Instagram @placetobee.travelguide

GALERIE PHOTOS

