

Ulule et BNP Paribas : les clés de succès d'un partenariat qui dure depuis 10 ans

Depuis 2013, BNP Paribas accompagne la plateforme de crowdfunding Ulule dans le cadre de plusieurs opérations, notamment autour de l'entrepreneuriat à impact. Mais comment expliquer une telle longévité pour un partenariat entre un grand groupe et une startup ?

Temps de lecture : minute

1 décembre 2023

« En 2013, on était encore dans une phase d'acculturation : il fallait expliquer ce qu'on faisait », se souvient Arnaud Burgot, le DG d'Ulule, qui était à l'époque directeur financier de la plateforme. C'est à cette époque que les chemins de BNP Paribas et de la startup se sont croisés pour la première fois, à l'occasion du "Ulule Tour" : un tour de France en bus, avec quinze étapes, pour expliquer le crowdfunding aux Français. La banque décide à l'époque de donner un premier coup de pouce à la plateforme, en lui apportant de la visibilité auprès des entrepreneurs et de ses chargés d'affaires.

Opérant tous deux dans le domaine du financement des entreprises, mais à des moments différents dans le cycle de vie d'un projet, Ulule et BNP Paribas s'avèrent en effet assez complémentaires : « On ne les a pas vus comme des concurrents, au contraire », explique ainsi Raphaèle Leroy, la directrice de l'Engagement d'entreprise de BNP Paribas, qui entretient les relations avec Ulule depuis 2013.

900 projets labellisés “ActForImpact”

Ce premier partenariat a été le point de départ de plusieurs opérations conjointes : dans la musique avec Hello bank!, dans le cadre du Mobile Film Festival dont Ulule et BNP Paribas ont été co-partenaires, mais aussi et surtout dans le cadre de l’opération “ActForImpact”, lancée en 2014 par la banque pour valoriser les entrepreneurs à impact.

De la même manière que le crowdfunding, la notion d’impact devait à l’époque encore être explicitée. « *En 2018, nous avons décidé de mutualiser nos expertises, pour faire en sorte que les entrepreneurs à impact puissent être identifiés comme tels et gagnent en visibilité* », raconte Raphaèle Leroy.

Depuis, ce sont ainsi 900 projets qui ont été labellisés “Act For Impact” sur la plateforme Ulule. BNP Paribas a en outre abondé les campagnes d’une centaine d’entre eux, à hauteur de 2.000 euros par projet. De nombreux projets ont également été mis en avant par la banque en vidéo ou sur les vitrines de ses agences. Dans ce processus de labellisation et de sélection, la banque mobilise aussi ses chargés d’affaires : ce sont eux qui votent pour leurs projets à soutenir.

Actionnaire (très) minoritaire

Alors, comment expliquer la longévité des relations entre les deux entreprises ? BNP Paribas est certes actionnaire d’Ulule, mais de façon très minoritaire, depuis un tour de table mené en 2016 avec Maif Avenir comme investisseur principal. Raphaèle Leroy met plutôt en avant la complémentarité des deux entreprises et l’agilité du partenariat : « *nous avons montré notre capacité à inventer régulièrement de nouvelles manières de travailler ensemble* », explique-t-elle, citant notamment la période du Covid et la création d’un “accélérateur de solidarité”, avec la mise en place d’une plateforme de dons d’urgence.

Raphaèle Leroy souligne aussi l'impact du partenariat en interne : au fil des années, plus de 250 collaborateurs ont été formés aux enjeux du financement participatif, tandis que le dispositif permet à la banque de se rapprocher de nouveaux types d'entrepreneurs, afin de mieux les comprendre et d'adapter les offres à leurs besoins.

Aligner les intérêts

Du côté d'Ulule, habitué aux partenariats et aux collaborations, la réussite tient à la compréhension des attentes réciproques et des indicateurs clés de succès. « *En 13 ans d'existence, on ne compte plus le nombre de partenariats que nous avons monté, que ce soit avec des petites structures ou de grandes entreprises. Ce sont des points qu'il faut clarifier le plus vite possible dans la conversation, pour savoir si ça vaut le coup d'y consacrer du temps et de l'énergie* », souligne Arnaud Burgot.

Dans le cas du partenariat ActForImpact, le DG d'Ulule met ainsi en avant l'alignement des critères de réussites : « *avec BNP Paribas, nous avons des métiers complémentaires, autour de l'accompagnement des créateurs et créatrices d'entreprises, et en plus, nous avons réussi à mettre en place des dispositifs qui ont du sens* », conclut-il.



À lire aussi

Commencer la relation entre startups et grands groupes dès le stade de l'idée, bonne pratique ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Benoit Zante