

Yapla : la success story d'une startup canadienne propulsée en France par le Crédit Agricole

Créée à Montréal en 2013, Yapla propose une suite d'outils en mode SaaS pour les gestionnaires d'associations. Pour son lancement français, elle a pu s'appuyer sur le Crédit Agricole, via La Fabrique by CA, le startup studio du groupe bancaire mutualiste. Retour sur ce partenariat gagnant avec Pascal Jarry, son CEO et fondateur et Laurent Darmon, qui dirige La Fabrique by CA.

Temps de lecture : minute

6 octobre 2022

Yapla a croisé la route du Crédit Agricole en 2018 : à l'époque, la startup canadienne avait déjà ouvert un bureau en France et débutait son expansion internationale, dans le but de proposer à un plus grand nombre d'associations sa plateforme de paiement et de gestion (traitement des adhésions, gestion des membres, vente de billets, collecte de dons et envoi de newsletters). De leur côté, les équipes de La Fabrique by CA, le startup studio du groupe Crédit Agricole, voulaient s'attaquer à un nouveau sujet : les services à destination des associations.

Une approche partenariale

Avec sa solution éprouvée sur le marché canadien, Yapla a rapidement fait figure de candidat idéal. Car le startup studio du groupe Crédit Agricole n'a pas uniquement vocation à développer de nouvelles entreprises en interne : " *La force de notre modèle tient à notre capacité à nous adapter à chaque situation, ce qui nous permet de faire du sur-*

mesure, plutôt que de déployer une vision industrielle de la création de startups. Pour chaque problématique que nous identifions, nous nous posons toujours la question de l'intérêt de se lancer seul ou en partenariat ", explique Laurent Darmon, le CEO de La Fabrique by CA.

Pour répondre aux besoins des associations, le startup studio a privilégié l'approche partenariale, en menant trois expérimentations en parallèle, avec des solutions différentes testées auprès de trois caisses régionales du groupe. A l'issue de la phase pilote, c'est finalement Yapla qui est sortie du lot. " *Le test n'a pas été un succès retentissant, reconnaît pourtant Pascal Jarry, le fondateur de la startup, mais nous avons su travailler ensemble, pivoter et s'ajuster au fur et à mesure "*.

" En mode amélioration continue "

C'est cette capacité d'adaptation qui a convaincu les équipes du groupe bancaire. " *Le critère de choix a été la possibilité d'écrire une histoire ensemble et la capacité de la startup à comprendre le fonctionnement d'un grand groupe. Dès la période du pilote, Yapla s'est mis en mode amélioration continue, avec la volonté de progresser ensemble "*, précise Laurent Darmon.

Concrètement, les équipes du Crédit Agricole ont pu faire remonter à Yapla les retours utilisateurs et les besoins de leurs clients, pour que la startup adapte rapidement sa feuille de route et priorise le développement de certaines fonctionnalités. Les outils comptables, par exemple, étaient peu demandés par les associations canadiennes, qui utilisaient déjà d'autres outils par ailleurs. Mais en France, ils étaient indispensables.

Plus de 30.000 associations en France et

Amérique du Nord

Quatre ans après ce premier test, Yapla est proposé aux clients de 32 Caisses régionales du Crédit Agricole, avec un modèle freemium. Les clients de la banque mutualiste ont accès gratuitement à la version “envol” de l’outil, commercialisée auprès des non-clients au prix de 24 euros par mois et par utilisateur. Les associations clientes du groupe bénéficient également d’avantages sur les forfaits supérieurs et de formations et de webinaires pour les aider à mieux gérer leurs activités grâce au numérique.

Yapla est désormais utilisée par plus de 30.000 associations en Europe et en Amérique du Nord, et depuis 2019, le groupe Crédit Agricole est présent au capital de la startup, pour participer plus étroitement à son développement. De nouvelles fonctionnalités sont régulièrement ajoutées, en réponse au retour du terrain : c’est le cas récemment de la gestion des adhésions multiples (une même famille avec plusieurs enfants dans un club de sport, par exemple), qui a été refondue à la suite de retours de clients du Crédit Agricole.