

# Impact : en avoir et le faire savoir

*Se lancer, conquérir un marché, financer l'innovation et la croissance... Face à de multiples priorités de développement, les startups laissent bien souvent de côté la communication. Un levier pourtant puissant, s'il est efficacement utilisé.*

Temps de lecture : minute

---

31 mars 2023

Face à ce constat, BNP Paribas a décidé de s'allier à Publicis pour donner un coup de pouce en matière de communication à des sociétés dont l'histoire vaut la peine d'être racontée et le business soutenu : les entreprises à impact.

*" Certains entrepreneurs n'en ont pas conscience, mais une communication bien calibrée peut ouvrir beaucoup de portes et est fondamentale dans un business plan. Elle permet par exemple de s'implanter sur de nouveaux marchés ou de décrocher des subventions publiques. Savoir bien raconter son histoire permettra de démontrer à quel point l'entrepreneur est visionnaire et comment son entreprise entend avoir un impact environnemental ou social positif ",* annonce Elise Hermant, qui a fait toute sa carrière dans la communication, jusqu'à prendre le poste de directrice de la communication de BNP Paribas l'année dernière.

Alors que de nombreux concours adressés aux entreprises à impact offrent de décrocher des financements, BNP Paribas et Publicis lancent My Com For Impact en 2022. Le concours, dont la seconde édition bat son plein et qui se prolongera encore l'année prochaine, offre un accompagnement en communication à 5 lauréats. Les conditions de

participation : être une entreprise à impact, bien sûr, mais aussi avoir déjà levé des fonds et être en croissance.

*" Il n'existe pas de stratégie de communication unique. Nous sélectionnons des entreprises pour lesquelles la communication va constituer un réel levier d'accélération et cherchons la manière la plus efficace d'agir "*, explique Elise Hermant. Parmi les lauréats de l'année dernière, le fabricant de peintures à base d'algues AlgoPaint bénéficie en ce moment d'une campagne print et digitale ; Murfy, qui pratique l'économie circulaire en réparant les produits ménagers, a pu mener sa première campagne de recrutement sur TikTok. Le spécialiste des courses zéro déchet Le Drive tout nu profite de son côté d'un dispositif d'affichage. Des solutions personnalisées pour chacun des 5 gagnants, sélectionnés par un jury qui regroupe notamment cette année la journaliste Cyrielle Hariel, les cofondateurs d'Ulule et Lita, ou encore le fondateur de Castalie. Avec sa société, ce dernier a révolutionné la proposition d'eau en bouteille pour la rendre plus durable et a su utiliser les ressorts de la communication pour faire valoir ses arguments.

Attention toutefois à ne pas céder aux sirènes du greenwashing et réduire l'impact à une notion marketing. Elise Hermant se défend d'ailleurs de voir dans ce concours une occasion de faire la promotion des actions de BNP Paribas en matière d'impact. *" Il est vrai que c'est un mot à la mode, d'ailleurs, je lui préfère le terme de transition, qui inclut aussi bien la question de l'énergie que celle du modèle sociétal. "* Quant à la tentation du greenwashing du côté des candidats, le groupe explique se montrer vigilant : *" le meilleur rempart contre le greenwashing est de se concentrer sur les projets et les personnes, de voir si ce qui est dit est cohérent avec le business. "*

## Repenser l'accompagnement bancaire

Si BNP Paribas est convaincu de l'importance de la communication dans

le développement des entreprises à impact, sa participation ne s'arrête pas là. La banque propose aux lauréats un suivi par un conseiller spécialisé dans le développement des startups à impact et l'accès à des expertises bancaires spécifiques, notamment en matière de levée de fonds, de structuration de produits et de contrats.

En réalité, il s'agit là d'une offre plus large, que le groupe a élaborée pour l'accompagnement des entrepreneurs à impact. Le réseau Act for Impact regroupe ainsi 2.500 clients et 200 chargés d'affaires spécialisés dans l'entrepreneuriat à impact, avec pour ambition de faire émerger les futurs champions de l'impact. Outre les services déjà mentionnés, l'arsenal proposé par la banque inclut aussi des conditions de crédit particulières ainsi qu'un outil de mesure d'impact.

Ces futurs champions, s'ils décollent vraiment, pourront ensuite rejoindre l'autre dispositif lancé par le groupe bancaire, Innovative Companies, cette fois consacré à l'accompagnement international et financiers des futures licornes - qu'elles soient ou non à impact.