adnco
CONSEIL EN PAIEMENTS ET SERVICES FINANCIERS

Observatoire des Paiements

Faits, tendances et analyses

Octobre 2020

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par

Galitt

adnco
CONSEIL EN PAIEMENTS ET SERVICES FINANCIERS

64 rue des Mathurins – 75008 Paris - Tél. : 01 44 71 90 04 – Fax : 01 44 71 01 03 -
E-mail : info@adn-conseil.com
ADN'co SA : SOCIETE ANONYME AU CAPITAL DE 216 000€ - RCS PARIS B 389 663 832 –
SIRET 389 663 832 00027

Les faits marquants du mois

Cryptos – Usages privés et usages institutionnels se répondent

- **INTERNATIONAL – PayPal** en passe de démocratiser l'usage des crypto-monnaies, via une acceptation généralisée dans l'ensemble de son réseau.
- **JAPON –** La messagerie instantanée **Line** lance sa propre plate-forme pour aider les banques centrales à émettre leur monnaie digitale.

Depuis quelques mois, les monnaies digitales sont revenues au centre des préoccupations de nombre d'acteurs des services financiers, dans un contexte de dématérialisation propice à cette réflexion.

Cela se traduit par deux mouvements symétriques : d'un côté la **multiplication des pilotes de monnaies digitales de banques centrales**. Ces projets étaient souvent en gestation depuis des mois, mais accélèrent aujourd'hui alors que les cadres législatifs se mettent peu à peu en place. Deux plates-formes techniques viennent d'être mises en œuvre (par Mastercard et maintenant par Line) pour permettre les premiers tests. De l'autre côté, **les acteurs privés accélèrent aussi sur leurs propres projets**. Avec sa dernière annonce, PayPal donne plus de consistance à ce qui n'était jusqu'ici qu'un vœu pieux : permettre l'acceptation de plusieurs cryptos par 24 millions de commerçants et le trading à plus de 345 millions de comptes, constitue en effet un pas majeur vers la démocratisation de ces monnaies virtuelles.

Green Payment – Les offres éco-responsables se multiplient

- **FRANCE – Greenly** vient d'intégrer son calculateur d'émissions de CO^2 aux offres de BNP Paribas et d'Hello Bank!.
- **FRANCE** – **OnlyOne** s'apprête à lancer en France son compte bancaire et sa carte de paiement éco-responsables, incitant à réduire l'empreinte carbone de ses dépenses.
- **ALLEMAGNE / EUROPE –** Le moteur de recherche allemand Ecosia et la FinTech Treecard lancent une **carte en bois** qui finance des projets de reforestation.

Dans la lignée d'un désir d'engagement croissant des consommateurs vis-à-vis de la protection de l'environnement, les services financiers ont pris un virage « vert » depuis le début de l'année. Cet automne marque aussi le top départ pour de nombreuses offres de paiement liées aux thématiques environnementales. Qu'il s'agisse d'un « simple » calculateur d'émissions, d'une carte de paiement ou d'une offre bancaire complète, les outils permettant aux utilisateurs de minimiser l'impact de leurs dépenses se multiplient. La France semble d'ailleurs être un terrain favorable pour ce type de lancements.

Sommaire

Les faits marquants du mois 2
Sommaire 3
En bref 5
Cartes 10
Greenly intègre son calculateur vert à l'offre de BNP et d'Hello Bank! 10
OnlyOne, une nouvelle néo-banque engagée pour la réduction carbone 12
Gestion des frais professionnels : nouvelle levée de fonds pour Spendesk 14
Une carte en bois pour planter des arbres 16
BBVA crée à son tour des cartes sans numéros 18
Mobilité & Services mobiles 20
La main, nouveau moyen de paiement chez Amazon 20
Samsung déploie Samsung Pay en Allemagne grâce à Solarisbank 22
Lyf Pay crée une solution dédiée aux restaurateurs pendant la crise 23
Transferts de fonds 24
Nickel se lance sur le marché du transfert d'argent à l'international 24
E-commerce & e-paiement 26
Obvy lutte contre les impayés des professionnels grâce à une solution de paiement 26
TPE & Encaissement 28
Casino dévoile sa version low cost du magasin sans caisse 28
La caisse libre-service se réinvente avec Caper 30
Square dédie une API au pilotage de son terminal de paiement 32
Objets et voitures connectés 34
Une voiture sur mesure et une nouvelle solution de paiement pour Audi 34
Stratégies d'acteurs 36
Banque Casino change de nom pour s'ouvrir à l'Europe 36
Open-banking : Lydia signe avec Tink pour préparer l'avenir des API en Europe 38
Retour d'expérience : Splitit profite du boom du marché du paiement fractionné 40
Sync, nouvel acteur à suivre sur le marché de l'Open-banking 42
Paiement en ligne : l'américain Stripe rachète le nigérian Paystack 44
Retour d'expérience : L'Open-banking décolle au Royaume-Uni 46
Blockchain & monnaies virtuelles 48
Ant Group lance Trusple, une plate-forme de paiement reposant sur une blockchain 48
PayPal en route pour démocratiser les crypto-monnaies ? 50
Line dédie une plateforme aux monnaies digitales de banque centrale 52

Identité numérique 53

Le pourquoi / comment du projet de règlement européen sur la résilience ICT de l'écosystème financier ? 53

Le débat sur l'IA continue : droit souple ou règlement pour 2021 ? 56

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

En bref

Stratégie d'acteurs

- **ITALIE / EUROPE – Nexi** et **SIA** fusionnent pour peser davantage en Europe. Un accord autour de la création d'un leader européen du paiement électronique vient d'être signé. Il découle de la conclusion du processus de fusion entre le processeur de paiement italien SIA et son homologue et compatriote, le spécialiste du paiement électronique Nexi. L'opération était en cours depuis près d'un an et se concrétise aujourd'hui. Nexi offre 1,5761 action pour chaque titre SIA, ce qui permettra aux actionnaires de Nexi de détenir environ 70 % de l'entité fusionnée. Pour sa part, la Caisse des dépôts italienne, principal actionnaire de SIA, pèsera dans les décisions du groupe en détenant 25 % du capital

  Les contours du rapprochement : la création d'un acteur italien d'envergure européenne, qui pèsera plus de 15 milliards d'euros de capitalisation boursière et génèrera un chiffre d'affaires d'environ 1,8 milliard d'euros ; la création d'un nouveau pôle d'innovation technologique et numérique en Italie ; une mise en commun des solutions et capacités d'innovation dans le domaine du paiement numérique.

  L'opération est une réponse directe au rachat d'Ingenico par Worldline, les deux groupes se trouvant désormais à la même échelle en Europe. SIA / Nexi ne compte d'ailleurs pas s'arrêter là. Sa prochaine cible pourrait être le danois Nets selon des rumeurs récurrentes. La consolidation européenne du marché du paiement se poursuit donc, rendue nécessaire par l'appétit des géants américains, notamment Global Payments ; mais aussi par le projet de scheme européen sur lequel travaille EPI. Rappelons que Worldline, Ingenico, Nets et Nexi sont à l'origine de l'alliance EDPIA, pour contribuer à la finalisation du marché unique numérique, en proximité avec le futur scheme.

- **ETATS-UNIS** – **Mastercard** investit dans **Marqeta**. La start-up Marqeta, spécialiste de l'émission de cartes de paiement en marque blanche, se préparait il y a peu à son introduction en bourse. Pour consolider ses ambitions d'expansion et de rayonnement international, elle peut désormais s'appuyer sur un nouveau soutien financier consenti par Mastercard. Le scheme vient en effet d'investir dans la FinTech un montant non dévoilé. Suite à une levée de fonds de fonds de 150 M$ en mai dernier, la start-up est désormais valorisée à plus de 4,3 milliards de dollars. Cette annonce est une extension d'un partenariat scellé en 2014.

  Les objectifs de Marqeta : se déployer sur de nouveaux marchés (l'Asie Pacifique, après les Etats-Unis et l'Europe), développer de nouveaux produits et services, lancer un nouveau programme de cartes. Dans ce cadre, Marqeta distribuera notamment les produits de Mastercard auprès de ses clients.

  Marqeta est aussi soutenue par de grands noms de la finance internationale, Goldman Sachs et Visa en tête. Pour Mastercard, ce nouveau rapprochement est donc l'occasion de venir jouer sur le terrain de son concurrent historique. Rappelons que Visa a racheté cette année la FinTech américaine Plaid, qui permet aux banques et FinTech américaines d'interconnecter leurs services

grâce à ses API. Marqeta apparaît elle aussi comme une cible potentielle, grâce à sa technologie qui repose également sur des API pour permettre entre autres l'émission instantanée de cartes de paiement. Parmi ses clients : Square, Instacart, Doordash ou encore Goldman Sachs.

- **RUSSIE** – **Yandex** renonce au rachat de **Tinkoff**. Bien que les détails concernant le potentiel rachat de Tinkoff par Yandex avaient été officialisés, l'opération n'aura finalement pas lieu. Un nouveau communiqué, également publié par Yandex, annonce la fin des discussions entre les deux entreprises. Un accord de principe de près de 5,5 milliards de dollars était censé avoir été trouvé entre les deux groupes, la transaction étant l'une des plus importantes entre deux entreprises russes ces dernières années. Yandex stipule n'être pas parvenu à trouver un accord final avec les principaux actionnaires de la banque, à savoir Tinkoff Credit Systems. Le groupe confirme néanmoins vouloir poursuivre sa collaboration avec Tinkoff à l'avenir.

  Le Figaro avance quelques explications à ce retournement de situation, en évoquant un désaccord financier et stratégique avec Oleg Tinkov, lequel se voulait prudent sur l'issue des négociations qui devaient donner lieu à une fusion, plus qu'à un rachat selon ses dires. Il faut dire que Tinkoff Bank a enregistré de très bons résultats ces dernières années et se voit déjà comme un acteur technologique de premier plan en Russie, sans avoir nécessairement besoin de l'appui de celui qu'elle voyait déjà comme un concurrent. Yandex, pour sa part, avait un fort intérêt dans ce rachat, qui devait venir compléter la brique financière de sa super-app en gestation. Cet échec fait suite à la séparation progressive de Yandex avec son ancien partenaire bancaire, Sberbank. Cette dernière, s'est depuis rapprochée de Mail.ru, principal concurrent de Yandex. L'échec de ces négociations est donc un sérieux revers pour le moteur de recherche russe qui voit son développement freiné en l'absence de partenaire bancaire solide pour l'accompagner.

- **FRANCE** – 2,5 millions de clients pour **Boursorama**. La banque annonce les résultats à nouveau positifs de ses efforts en matière de captation de nouveaux clients. Une annonce qui a eu lieu en marge du Digital Day de Société Générale, où la banque exposait sa stratégie digitale, dont l'un des emblèmes est bien sûr Boursorama Banque. Cette fois encore, la banque en ligne a su conquérir un nombre record de prospects, en atteignant aujourd'hui 2,5 millions de clients au total. Avec ce nouveau cap franchi, Boursorama Banque se dit en avance sur son objectif de dépasser les 3 millions de clients d'ici la fin de l'année 2021. En complément, Boursorama Banque enregistre 38 milliards d'euros d'encours gérés, en croissance de 15 % depuis le début de l'année 2020, soit 15 200 euros d'encours moyen par client. La banque en ligne continue de capitaliser sur son image positive, qui se traduit par sa première place au rang de plusieurs classements : Net Promoter Score (+39), relation client (secteur banques), tarifs bancaires (en restant la banque la moins chère depuis 12 ans) et notation sur les stores (en moyenne 4,8/5). Ce chiffre montre une accélération nette depuis le début de l'année, puisqu'il ne lui a fallu qu'un an pour capter 500 000 clients supplémentaires. Elle se trouve de fait loin en tête devant ses concurrentes lancées comme elle dans les années 2000. Ces résultats reflètent aussi une stratégie différente : Boursorama continue à privilégier la captation sur la rentabilité, alors que la majorité des autres banques en ligne ont stabilisé le nombre de leurs clients et travaillent à fidéliser cette clientèle et à augmenter leur taux d'usage. C'est le cas d'ING Bank, dont un quart des clients en ont fait leur banque principale.

Cartes de paiement

- **ETATS-UNIS – Citi** s'adresse aux transgenres avec une fonctionnalité conçue par **Mastercard**. La banque américaine Citi vient d'annoncer le lancement d'une nouvelle fonctionnalité sur ses cartes bancaires, dédiée à ses clients transgenres et non binaires aux Etats-Unis. La banque adopte ainsi une fonctionnalité conçue par Mastercard, baptisée True Name, et proposée depuis plusieurs mois en Europe. True Name permet aux porteurs de cartes transgenres et non binaires d'inscrire sur leur carte leur véritable nom, celui sous lequel ils souhaitent s'identifier, plutôt que leur nom administratif ou de naissance. Pour communiquer sur cette possibilité, Citi a mis en ligne un site permettant aux porteurs de ses cartes de changer leur prénom d'état civil pour le prénom de leur choix. Cette démarche vise, pour la banque, à porter ses valeurs et son soutien à la communauté LGBT+. MasterCard introduisait pour sa part son concept de carte True Name en Europe en juillet dernier, après un lancement réussi aux Etats-Unis en 2019.

E-commerce et e-paiement

- **ROYAUME-UNI – PayPal** étend son service de paiement fractionné au Royaume-Uni. Le géant proposera désormais aux consommateurs britanniques un service d'achat en trois fois sans frais. Cette initiative suit de près l'ouverture d'une option de paiement fractionné en 4X en France et aux Etats-Unis par PayPal. Baptisée "Pay in 3", la solution britannique proposera des paiements échelonnés sur trois mois pour les achats compris entre 45 et 2 000 £. Les paiements sont gérables en ligne ou depuis l'application mobile de PayPal. Elle vient répondre à la concurrence croissante d'acteurs spécialisés tels que Klarna ou AfterPay. Pour s'imposer face à eux, PayPal compte essentiellement sur la très forte reconnaissance de sa marque ; mais aussi sur l'expérience acquise avec PayPal Credit, disponible au Royaume-Uni depuis 2014 et qui a conquis 2 millions de clients jusqu'ici. Un certain nombre de commerçants britanniques se sont déjà positionnés pour proposer le service à leurs clients, notamment Crew Clothing, French Connection, Robert Dyas et Ryman.

  Chiffres-clés : PayPal compte 24 millions d'utilisateurs actifs au Royaume-Uni et a connu une forte croissance du nombre de comptes ouverts en un an (en juin 2020). En comparaison, Klarna compte 10 millions de clients au Royaume-Uni.

TPE & Encaissement

- **ETATS-UNIS – JP Morgan Chase** lance son propre terminal de paiement. La banque américaine JPMorgan Chase vient de lancer une nouvelle offre à destination des petites entreprises. Baptisée Business Complete Banking, elle intègre notamment un service de terminal de paiement mobile sans contact, en concurence direct avec des services tels que Square, SumUp, Mobeewave (racheté par Apple) et autre iZettle (racheté par PayPal). Outre un compte bancaire, les petites entreprises disposent, via cette nouvelle offre, d'une solution baptisée QuickAccept. Cette dernière intègre une fonctionnalité qui leur permet d'accepter des paiements par carte en quelques minutes et de disposer des fonds le jour même. Cet engagement s'inscrit dans un stratégie plus globale menée par le groupe bancaire en faveur d'une disponibilité plus rapide des fonds pour les commerçants. Côté hardware, un petit module d'encaissement sans contact est rattaché aux comptes des PME. Cette technologie, développée en interne, est le fruit des compétences acquises lors du rachat de WePay, en 2017. Côté tarif, JPMorgan Chase applique un forfait en fonction de l'usage du service. JPMorgan

Chase présente ce service comme une réponse à la crise sanitaire qui frappe durement les finances des petites entreprises. Mais pour le groupe bancaire, ce nouveau service représente surtout une réponse à la concurrence de groupes comme PayPal qui, via le rachat de FinTech spécialisées dans l'encaissement mobile, ont démontré leur fort intérêt pour ce marché.

Mobilité & véhicule connecté

- **ETATS-UNIS – Audi** intègre le paiement de péage en série dans ses véhicules. Le constructeur automobile Audi vient d'annoncer un nouvel équipement de série dans ses véhicules. Il s'agit d'un boîtier RFID conçu par Gentex. Baptisé Toll Module, ce boîtier permettra aux conducteurs de véhicules Audi de régler des transactions sans contact au moment de passer les péages autoroutiers compatibles sur les routes d'Amérique du Nord.

  Parcours d'enrôlement : le client s'inscrit en saisissant quelques informations nécessaires, dont le numéro ITM (Integrated Toll Module) associé à son véhicule ; il choisit ensuite l'abonnement qu'il souhaite souscrire (Etats-Unis ou Canada) ; il connecte son compte à celui du prestataire de péage dont il dépend (Payviam ou 407 ETR), crée un compte et paye son abonnement. L'activation / désactivation sont ensuite gérées depuis le tableau de bord du véhicule.

  Ce Toll Module était disponible depuis 2019 dans les SUV électriques Audi e-Tron. Il est désormais présenté comme un équipement de série et sera étendu à une grande partie de la gamme des véhicules Audi en 2021. L'objectif d'Audi est de proposer une solution technologique unique qui puisse s'interfacer avec tous les prestataires de péage présents sur le marché américain : à savoir 5 solutions techniques, 90 opérateurs de péage et 20 marques différentes. L'idée est de simplifier le quotidien du conducteur, qui n'a plus à se préoccuper d'avoir son boîtier avec lui ou de l'attraper au fond d'une boîte à gants. Audi a fait du paiement une fonctionnalité centrale dans son écosystème de service. Le constructeur n'en est pas à sa première initiative en matière de paiement embarqué et présentait par exemple une nouvelle solution en Europe en début de mois sous la forme du Wallet AudiPay.

Technologies

- **FRANCE – Ingenico** teste le paiement vocal pour l'achat de carburant. Ingenico Labs, Lab by CB et Newport-IMS viennent de lever le voile sur une expérimentation en cours, menée en partenariat avec le centre E.Leclerc d'Argentan. D'une durée de 3 mois, ce test porte sur un dispositif vocal d'achat de carburant, via l'application mobile Phebe. 50 clients sont enrôlés dans cette phase d'expérimentation. Les objectifs ? Fluidifier au maximum le parcours d'achat des clients, démontrer l'efficacité des achats initiés et validés par la voix et analyser l'appétence des utilisateurs pour le commerce vocal.

  Ingenico précise que l'usage du paiement vocal dans ce contexte d'achat de carburant est un premier usage qui devrait déboucher sur beaucoup d'autres si le test s'avérait concluant. Par exemple la réservation de bornes de recharge électrique, la commande de repas dans des restaurants ou en restauration rapide, les courses alimentaires d'appoint, la réservation d'hôtel, le paiement du péage, etc.).

En ce qui concerne la commande vocale, Carrefour l'a mise en œuvre cet été sur les smartphones Android pour la commande de courses. Cerence Pay ou encore Amazon ont diffusé des pilotes d'achat de carburant par la voix, via un assistant vocal disponible au sein du véhicule. Le paiement du carburant, pour sa part, évolue grâce à de nombreuses initiatives comme celle d'Edenred avec CarPay-Diem par exemple.

- **FRANCE** - Kiwip, la montre connectée embarque le paiement avec GoCardless. Après l'Apple Watch ouverte aux enfants, une marque française de montres connectées présente sa propre solution destinée à cette même cible. Il s'agit de Kiwip Technologies. Cette start-up a développé ce qu'elle dit être un outil de sérénité pour la famille, permettant aux parents d'équiper leurs enfants de 6 à 11 ans d'une montre connectée de 5ème génération. Munie d'une carte SIM, cette dernière permet des services de communications et de données (notamment GPS). Fonctionnalités : appels téléphoniques, envoi de messages vocaux, synchronisation avec le réseau ami, géolocalisation, traqueur d'activités, paramétrage par l'appli parents. KiwipWatch est disponible en 2 versions : l'une où les parents choisissent de souscrire un forfait téléphonique auprès d'un opérateur ; l'autre (le pack "illimité") où la montre se connecte automatiquement au réseau de l'opérateur ayant le meilleur signal, en échange d'un abonnement à 9,99 € / mois. Pour ce faire, Kiwip Technologies s'est rapprochée d'un partenaire britannique spécialisé dans la dématérialisation des paiements récurrents via les prélèvements automatiques, GoCardless. Grâce à ce partenariat, les parents souscrivent un abonnement annuel et Kiwip se charge ensuite de régler les frais de connexions des montres.

  Aspects techniques : la solution de GoCardless permet à Kiwip Technologies de gérer ses paiements récurrents dans plus de 30 pays depuis un compte bancaire unique (et en prenant en compte les taux de change réel). Une date de prélèvement peut être directement paramétrée sur les comptes bancaires des clients de la start-up, permettant à Kiwip d'atteindre un taux d'échec quatre fois inférieur à celui des paiements réalisés par carte bancaire. Kiwip devient ainsi capable de prévoir ses flux de trésorerie et de payer à son tour les opérateurs en toute connaissance de cause.

Cartes

Greenly intègre son calculateur vert à l'offre de BNP et d'Hello Bank!

France

LES FAITS

- Hello Bank! et BNP Paribas intégreront désormais un nouveau service, celui de la start-up Greenly.
- Cette dernière s'appuie sur l'analyse des données bancaires transactionnelles pour aider les consommateurs à prendre conscience de leurs émissions de CO^2 et à réduire leur empreinte carbone.
- L'application Greenly propose à ses utilisateurs de connecter leurs comptes bancaires à son service, via les API de Linxo, afin d'analyser leurs habitudes de consommation et de calculer leur empreinte carbone et leurs émissions de CO^2. Un système de récompense permet de privilégier les comportements vertueux avec du cash-back chez des commerçants partenaires.
- La start-up intègre désormais les offres de BNP Paribas et Hello Bank!. Les clients de ces deux banques pourront en effet accéder au service de Greenly directement depuis les applications "Mon comptes BNP" et "Hello Bank".
- Lorsqu'un client BNP Paribas ou Hello Bank! effectuera un achat, la banque enverra une requête à Greenly afin d'obtenir un score "écologique" pour cet achat. Greenly renverra ensuite des propositions alternatives pour l'améliorer.
- Modèle économique : Greenly facture à ses partenaires bancaires des frais mensuels pour chaque utilisateur actif du service.

ENJEUX

- **Répondre à une demande des établissements bancaires** : Greenly était bien consciente que les banques s'engageraient dans le déploiement de ce type de services prochainement, pour répondre aux attentes de leurs porteurs, de plus en plus "éco-conscients". Elle vient donc répondre à cette nécessité, alors que les comparateurs de CO2 se sont multipliés ces derniers mois chez les acteurs financiers.
- **Booster son usage** : Pour Greenly, cette association avec l'un des principaux groupes bancaires historiques français représente une opportunité unique d'attirer les projecteurs et de gagner des utilisateurs.
- **Développer de nouvelles offres** : Rien n'empêche le groupe BNP Paribas de développer des services éco-responsables et de pousser leurs usages via Greenly auprès de ses clients (carte de paiement capée en termes d'émissions de CO2 ou crédit pour financer les achats responsables par exemple). Ces services sont donc appelés à s'étoffer.

MISE EN PERSPECTIVE

- Après avoir opté pour un modèle payant et pour l'affinitaire, la banque alternative pousse désormais les valeurs écologiques avec un même objectif : celui de prendre un virage plus premium.
- La France a vu la naissance de nombreuses offres éco-responsables ces derniers mois. A commencer par Mitto, dont la carte de paiement permet également de traquer ses émissions de CO2 et de bénéficier de

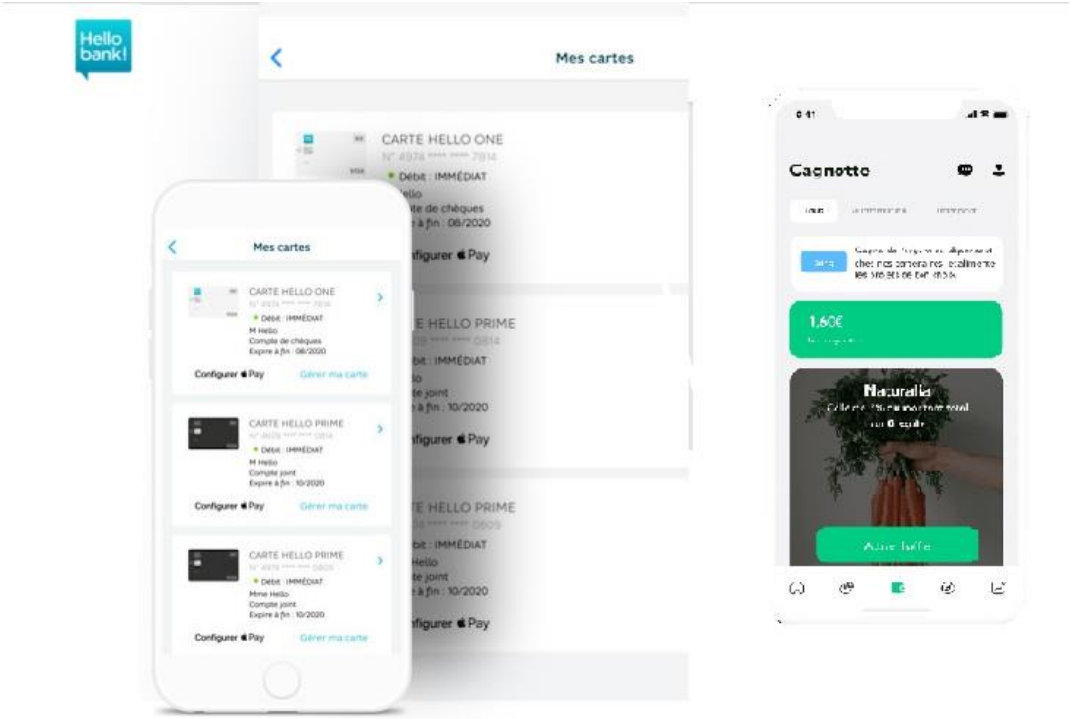
ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

récompenses dans un réseau de partenaires. Mais à la différence de Greenly, a développé son propre moyen de paiement et cherche à capter des utilisateurs militants pour se constituer son propre réseau.

- D'autres acteurs français ont cette même ambition de recréer des établissements plus responsables, comme Helios, qui se veut être la première banque "zéro carbone".

CHIFFRES-CLES

- En France, 43 millions de personnes utilisent au moins une fois par mois leur application bancaire mobile ou Web
- Selon une estimation de Greenly, les changements de comportements individuels permettraient de réduire de 10 à 20 % son empreinte personnelle
- BNP Paribas compte 2 millions de clients
- 10 000 utilisateurs actifs de Greenly



Source : Galitt, Les Echos

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

OnlyOne, une nouvelle néo-banque engagée pour la réduction carbone

France

LES FAITS

- La France comptera désormais une nouvelle néo-banque aux ambitions écologiques. Il s'agit d'OnlyOne, qui s'appuie sur une carte physique et un compte de paiement pour réduire l'impact carbone des achats de ses porteurs. Elle renouvelle le concept de paiement responsable.
- OnlyOne a été présentée officiellement en juin dernier. Mais elle est sur le point de lancer sa version bêta, avant un lancement commercial en novembre prochain.
- Au centre de son offre, une carte éco-responsable. D'abord dans la forme puisqu'elle est réalisée en PVC recyclé à plus de 85 %.
- Mais aussi dans le fond. OnlyOne s'appuie pour cela sur un algorithme capable d'estimer l'empreinte carbone des dépenses (en s'appuyant notamment sur la base de données de l'Ademe). La banque permet ainsi à ses clients de se situer par rapport au niveau moyen d'émission d'un Français, qui est de 12 tonnes par an. L'algorithme tient compte également du fournisseur d'énergie choisi.
- Suivant les résultats, OnlyOne donne des "défis conso" à ses clients, pour les aider à modifier leurs modes d'achat et à réduire leurs postes de dépenses les plus polluants.
- Deux formules :
    - → une offre de base à 6 euros / mois incluant :
        - un compte
        - une carte éco-responsable
        - des virements et prélèvements illimités
        - 3 sous-comptes dédiés à la préparation de projets d'épargne
        - des retraits limités au distributeur
    - → une offre premium couvrant la gratuité des paiements en devises et un pack famille
- OnlyOne prévoit par ailleurs de reverser 10 % des cotisations cartes pour financer des projets éco-responsables (par le biais du fonds UNITLIFE de l'ONU dans un premier temps).
- Partenaires techniques : Idemia et Treezor, pour la fabrication et l'émission de la carte.

ENJEUX

- **Devenir une marketplace de produits financiers "verts"** : OnlyOne prévoit déjà que d'autres fonctionnalités seront lancées par la suite, telles qu'un outil d'analyse du détail des paniers. Car actuellement, la FinTech n'accède pas au détail des tickets de caisse de ses clients. Mais aussi des assurances-vie contenant des fonds verts ou labélisés ISR, prévus pour 2021. Son idée est de passer des accords avec des partenaires, comme des plates-formes de crowdfunding par exemple pour proposer à ses clients d'investir dans des projets à impact.
- **Répondre à la demande :** Idemia et Treezor disent vouloir répondre à une demande forte émanant des consommateurs français pour pouvoir utiliser des solutions durables dans leur quotidien.

MISE EN PERSPECTIVE

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

- Le fabricant de cartes IDEMIA s'est engagé dans une nouvelle stratégie éco-responsable. Il a dévoilé ce mois-ci sa nouvelle offre éco-responsable, baptisée GREENPAY. Le contenu de l'offre : un corps de carte écologique recyclable et des services associés (éco-conception des emballages, alertes uniquement numériques, documentation dématérialisée, etc.). Outre OnlyOne, d'autre banques ont déjà choisi cette offre, notamment RHB Bank en Asie.
- OnlyOne arrive sur un marché des services financiers éco-responsables en plein essor. Rien qu'en France, Hélios Bank et Green Got sont aussi sur le point de se lancer, avec un concept très proche. OnlyOne veut cependant se distinguer par son approche plus inclusive et moins militante que ses futures concurrentes.
- Sur le marché des calculateurs d'empreinte carbone, notons que Greenly vient d'intégrer son service à l'offre de BNP Paribas et de sa filiale digitale Hello Bank!.

CHIFFRES-CLES

- Le niveau moyen d'émission d'un Français est de 12 tonnes de CO2 par an
- OnlyOne souhaite abaisser de 25 % à 40 % les émissions individuelles de CO2 afin de répondre aux objectifs de réduction des Accords de Paris
- OnlyOne espère compter 15 000 à 20 000 clients d'ici fin 2021

Source : Galitt, OnlyOne

Gestion des frais professionnels : nouvelle levée de fonds pour Spendesk

France

LES FAITS

- Le spécialiste français de la gestion des dépenses d'entreprise a réussi une nouvelle levée de fonds de 18 millions de dollars.
- Comme beaucoup de start-up qui opèrent sur la dématérialisation des services financiers, Spendesk a connu une très forte croissance de ses activités depuis le printemps dernier. L'objectif de cette nouvelle levée de fonds, accompagnée d'un recrutement à un poste-clé, est de pouvoir gérer cette croissance rapide et le passage à une échelle internationale.
- Cette levée de fonds vient dans son intégralité d'Eight Roads Ventures, un fonds soutenu par le gestionnaire d'actifs américain Fidelity. Elle représente un prolongement de la série B de 38 millions de dollars réalisée en septembre 2019 par Spendesk.
- Avec ce nouveau tour de table, Spendesk est désormais à la tête d'un montant total de levées de fonds estimé à 68,5 millions de dollars.
- Eight Roads Ventures dit privilégier les investissements dans des solutions logicielles incluant le paiement, lesquelles ont deux sources de revenus : l'abonnement à la solution d'une part et les commissions liées à l'utilisation des cartes d'autre part.
- Spendesk est à l'origine d'une solution de gestion des dépenses opérationnelles à destination des entreprises de 10 à 250 salariés. Elle propose la validation des frais, l'émission de cartes physiques et virtuelles, le remboursement des notes de frais et le paiement des factures fournisseurs à travers une seule solution logicielle.

ENJEUX

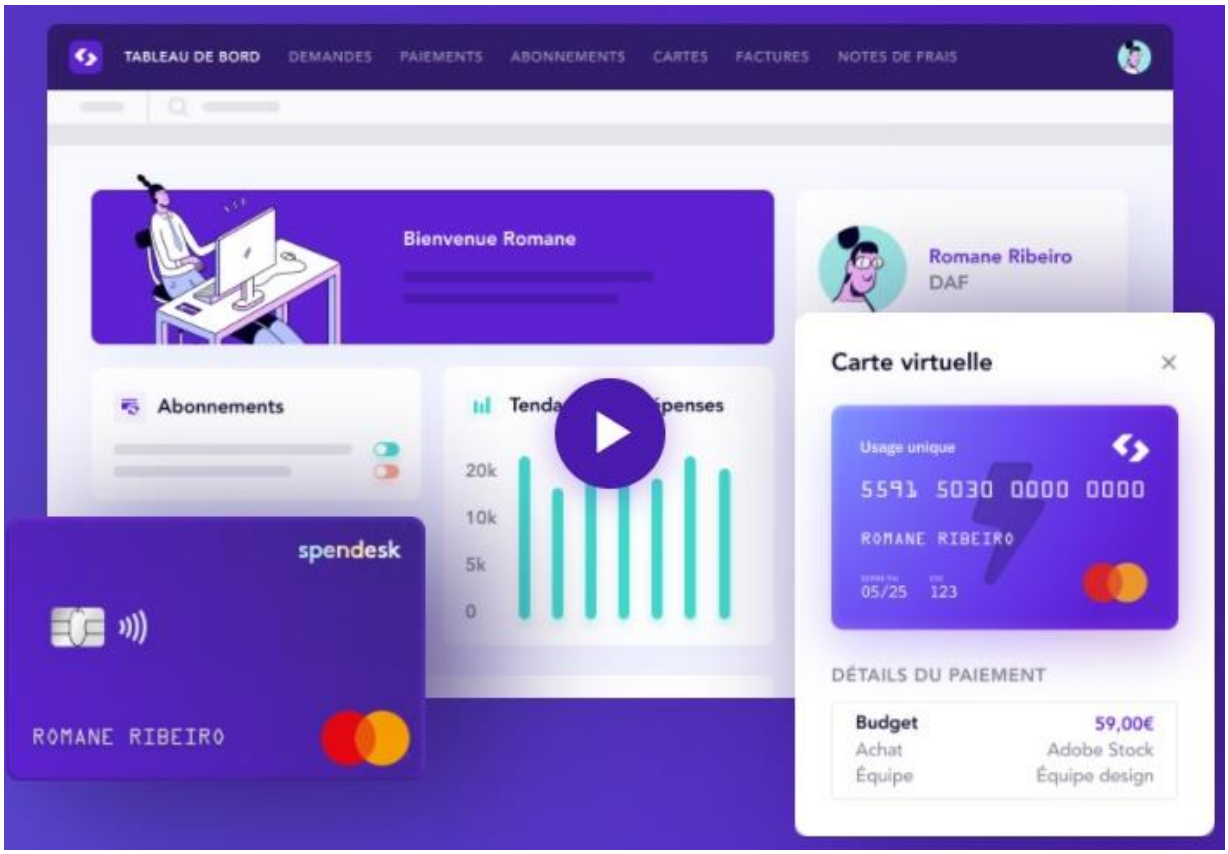
- Financer sa croissance à travers trois axes :
  - → **Recruter** une centaine de collaborateurs d'ici juin 2021 selon ses premières estimations.
  - → **Développer son offre** : elle prévoit de développer de nouveaux services de contrôle des dépenses et la mise en place de budgets financiers. Elle compte aussi accélérer sur l'intégration de son offre au sein des logiciels comptables.
  - → **S'internationaliser** : cette levée de fonds doit permettre à Spendesk de poursuivre son expansion internationale après l'Allemagne et le Royaume-Uni. La FinTech ne précise pas encore ces cibles géographiques mais dispose d'un bureau aux Etats-Unis, présenté comme un moyen d'observer le marché pour l'instant, où les besoins sont réels, mais la culture d'entreprise très différente.
- **Répondre à l'accélération de la demande dans un contexte spécifique** : la crise sanitaire a provoquée chez les entreprises une forte prise de conscience alors que la maîtrise des dépenses était au coeur de leurs préoccupations. L'outil de Spendesk, qui apporte de la visibilité en temps réel, du contrôle et permet une certaine automatisation, apporte une réponse adaptée à cette problématique de gestion des frais professionnels. D'où la forte croissance connue cet été, avec un pic de 100 nouveaux clients en juin et juillet derniers.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché des services financiers destinés exclusivement aux petites et moyennes entreprises est en plein boom, porté par des entreprises innovantes telles que Spendesk. La FinTech française devra ainsi faire face à la concurrence européenne sur son secteur d'activité, notamment de l'italien Soldo ou encore du danois Pleo.

CHIFFRES-CLES

- 2016 : création
- Des bureaux à Berlin, Londres et San Francisco
- 2 000 entreprises clientes pour + de 40 000 utilisateurs finaux
- des revenus récurrents issus des abonnements en augmentation de 4 à 5 % par mois
- + de 50 % de clients étrangers
- 25 % de son chiffre d'affaires généré par l'Allemagne, devenu son 2ème marché



Source : Galitt, Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Une carte en bois pour planter des arbres

Allemagne / Royaume-Uni

LES FAITS

- Poussant toujours plus loin le concept des moyens de paiement respectueux de l'environnement, la FinTech **TreeCard** ouvre sur liste d'attente le lancement de son produit-phare, **une carte de paiement en bois**, avant de lancer d'autres services de néo-banques.
- Le moteur de recherche allemand à but non lucratif, **Ecosia**, s'est associé à l'initiative pour permettre le financement de projets de reforestation.
- L'objectif de TreeCard est double :
  - → limiter l'utilisation du plastique
  - → participer financièrement à la reforestation des zones les plus fragiles de la planète
- Pour répondre au premier objectif, la carte est fabriquée dans un mélange de bois de cerisier, issu de forêts gérées de manière raisonnée, et de plastique de bouteilles recyclées.
- Pour le second objectif, TreeCard a passé un accord avec Ecosia, qui finance en partie l'opération de lancement et met des ressources à disposition de la FinTech. 80 % des commissions d'interchange seront reversées au profit de projets de reforestation soutenus par Ecosia.
- Objectif chiffré : TreeCard espère convaincre 100 000 nouveaux porteurs au cours des six premiers mois.
- Cible première : les 15 millions d'utilisateurs du moteur de recherche d'Ecosia.
- Tarif : la carte sera gratuite, à l'exception des frais d'envoi (3 dollars).
- Partenaire technique : Synapse. La carte est émise sur le réseau Mastercard.
- Fonctionnalités :
  - → suivi en temps réel de la plantation d'arbres
  - → budget mensuel prévisionnel
  - → répartition des dépenses par catégorie
  - → paiement sans contact
  - → notifications à chaque transaction
  - → partage des factures
  - → assurance du moyen de paiement
- Elle sera lancée effectivement début 2021 et proposée en Europe (notamment Allemagne et France), mais aussi potentiellement au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

ENJEUX

- **Agir concrètement** : Ecosia et TreeCard estiment que chaque tranche de 60 $ dépensée par un utilisateur avec sa carte permettra de planter et de gérer pendant trois ans un arbre dans une zone où la biodiversité est menacée. A terme, pour une dépense moyenne de 500 dollars par mois sur chaque carte, Ecosia pourrait planter 6 millions d'arbres la première année.
- **Pour Ecosia, il s'agit de booster son action associative :** en soutenant TreeCard, Ecosia envisage de booster son action de reforestation dont le décompte actuel se trouve aux alentours de 110 millions

d'arbres replantés dans le monde. Et pour TreeCard, il s'agit d'une audience captive qu'elle va pouvoir cibler d'emblée pour lui proposer un produit financier en accord avec ses valeurs.

MISE EN PERSPECTIVE

- La présentation de cette carte en bois est loin de représenter une simple opération marketing. Elle porte les engagements de ses créateurs et illustre une tendance de fond qui touche aussi de nombreux acteurs de la finance, y compris en France.
- Ainsi, la carte prend une dimension plus éco-responsable en portant des valeurs, comme chez Mitto qui calcule l'impact social et environnemental des dépenses, ou en mettant son support au service de la protection de l'environnement, avec la carte recyclable pour enfants de GoHenry, ou l'offre recyclable d'Idemia.
- Crédit Agricole reste un exemple en la matière, en proposant des cartes biodégradables et en organisant leur recyclage depuis 2013.

Source : Galitt, Communiqué de presse

BBVA crée à son tour des cartes sans numéros

Espagne

LES FAITS

- BBVA vient de présenter sa nouvelle offre de carte, baptisée Aqua. Cette carte est dépourvue facialement de numéros et exploite le couplage avec une application mobile pour émettre les numéros nécessaires à son fonctionnement.
- La banque suite donc l'exemple montré l'année dernière par Apple.
- Aqua est une des premières cartes bancaires qui ne porte pas de numéros, de date d'expiration et de CVV.
- BBVA associe ainsi son support physique (sa carte Aqua), à une application mobile (Android ou iOS) permettant la gestion de ce support.
- L'ensemble des informations concernant la carte peuvent être retrouvées dans l'application mobile dédiée qui accompagne la carte. Elle permet par ailleurs de :
    - → générer un code à usage unique (CVV)
    - → piloter les options de la carte
    - → suivre ses dépenses
    - → retirer des espèces sans contact aux distributeurs automatiques
- La carte Aqua sera disponible fin octobre en Espagne, avant qu'elle ne soit étendue à d'autres pays par la suite (sans que BBVA ne donne plus de précisions pour le moment).

ENJEUX

- **Sécuriser le paiement :** BBVA entend ici renforcer la sécurité de ses cartes et rassurer ses porteurs. Chaque fois qu'un client souhaite effectuer un achat en ligne, il accède à l'application pour vérifier le numéro de carte, la date d'expiration et générer un CVV valable pour une durée limitée. La banque s'inscrit ainsi dans les règles d'authentification forte prévues par la DSP2.
- **Mettre en avant son savoir-faire technologique** : Le fonctionnement de BBVA Aqua repose sur la technologie du cloud et sur des algorithmes cryptographiques avancés pour garantir l'inviolabilité du code généré pour l'utilisateur final.
- **Une carte respectueuse de l'environnement issue d'une démarche d'écoute de ses clients.** La carte Aqua est conçue à partir de plastique recyclé provenant de diverses industries, telles que l'emballage, l'impression, l'automobile ou les matériaux de construction. Pour développer ce nouveau projet, BBVA a réalisé une étude sur l'utilisation des cartes et la banque numérique, menée en décembre dernier à partir de 1 000 entretiens clients en Espagne. La sécurité des moyens de paiement s'avérait être une attente primordiale pour les sondés, que la banque a voulu traduire de cette manière.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le premier acteur à avoir supprimé les informations chiffrées de la carte est Apple. L'Apple Card représentait en ce sens une innovation sur le marché du paiement.
- Depuis, plusieurs émetteurs se sont essayés à camoufler les informations sensibles de leurs cartes, plaçant les chiffres au dos ou mettant en place des systèmes de cryptogramme dynamique pour gagner en sécurité.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

- BBVA reste une des premières banques historiques à s'essayer à cette tendance, et illustre une nouvelle fois son caractère avant-gardiste. Outre la carte, la banque a en effet multiplié les incursions sur les dernières tendances technologiques au fil de son histoire. Les exemples récents ne manquent pas, qu'il s'agisse des comptes cobrandés avec Google, de la banque quantique, de l'utilisation d'algorithmes dans le cadre de la gestion des réseaux d'agence ou bien encore de la limitation des émissions carbone des entreprises.

Source : Galitt, Communiqué de presse

Mobilité & Services mobiles

La main, nouveau moyen de paiement chez Amazon

Etats-Unis

LES FAITS

- Amazon frappe les esprits en présentant Amazon One, un nouveau concept de paiement grâce à la seule paume de la main.
- **Amazon One** est présenté comme une révolution pour l'expérience d'achat en magasin.
- Le principe ? Permettre aux consommateurs de payer en présentant simplement la paume de leur main au-dessus d'un capteur sans contact adapté.
- Des algorithmes sont capables de sauvegarder et d'identifier la signature palmaire unique d'une personne.
- Pour créer un profil, nul besoin de compte Amazon mais simplement de :
    - → se présenter auprès d'une borne Amazon One
    - → insérer une carte de paiement
    - → passer la paume de sa main au-dessus de la borne
    - → suivre les quelques instructions pour associer sa carte à sa signature biométrique
- L'enrôlement prend moins d'une minute selon Amazon.
- Amazon One est lancé dans un premier temps dans deux Amazon Go qui serviront de lieux tests.
- Pour l'avenir, Amazon prévoit de démocratiser ce mode de paiement en commercialisant Amazon One auprès de commerçants tiers. La solution pourrait aussi être déployée chez Whole Foods.

ENJEUX

- **Répondre aux enjeux du Covid-19** : En pleine crise sanitaire mondiale, fidèle à sa réactivité et à son avant-gardisme, Amazon présente un moyen de paiement dans l'ère du temps, sans contact et biométrique, afin de simplifier au maximum les opérations de paiement.
- Amazon travaillait depuis plusieurs mois sur ce concept de paiement par reconnaissance des veines de la main, comme en atteste un brevet déposé en tout début d'année par le géant du Web aux Etats-Unis.
- **Ouvrir les usages de la biométrie :** Outre le paiement, le dispositif d'Amazon permettra aussi de rattacher les cartes de fidélité et autres Pass d'accès à la paume de la main des consommateurs.
- **Distribuer largement ses technologies en marque blanche.** Comme pour beaucoup d'autres de ses solutions technologiques, Amazon envisage de vendre le concept à des magasins. C'est ainsi que l'acteur a procédé pour sa technologie d'assistance vocale, Alexa, mais aussi pour sa technologie d'encaissement sans caisse, Just Walk out, qu'il cherche à diffuser en Europe et notamment en France auprès des grands distributeurs.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

MISE EN PERSPECTIVE

- Depuis la crise sanitaire, le modèle de magasin sans caisse Amazon Go est passé récemment du statut de concept farfelu à celui d'une exemplarité à suivre dans le monde physique (comme l'illustrent les initiatives de Decathlon, Zippin ou Mastercard).
- L'ajout d'une fonctionnalité de paiement liée à une empreinte biométrique vise à simplifier encore le parcours dans ses magasins sans caisse, tout en s'adaptant aux contraintes sanitaires avec un lecteur qui n'entre jamais en contact avec la main du client.
- Amazon travaille également sur des concepts de paiements par la voix via Alexa, y compris dans un contexte innovant d'achat in-car par exemple. La biométrie est aussi utilisable dans ce contexte, en prononçant une phrase de passe.
- Fingopay a déjà travaillé sur un parcours de paiement via le scan des réseaux veineux de la main. Autres acteurs qui ont testé récemment cette technologie, Aeon et Fujitsu.

Source : Galitt, Communiqué de presse

Samsung déploie Samsung Pay en Allemagne grâce à Solarisbank

Allemagne

LES FAITS

- Solarisbank est une plate-forme de banking-as-a-service innovante, personnalisable grâce à des API.
- Elle vient d'annoncer un partenariat original avec Samsung, à qui elle permet de distribuer en Allemagne son portefeuille de paiement mobile.
- Ce partenariat va permettre d'émettre des cartes de débit Visa virtuelles, attachées à n'importe quel compte bancaire que le client décidera de lier à son wallet Samsung Pay. Ces cartes seront stockées sur le smartphone Android de leurs utilisateurs.
- Une simple inscription à Samsung Pay permet au client de choisir puis rattacher un compte à une carte virtuelle, laquelle est émise instantanément. La carte est ensuite accessible depuis le smartphone et permet des paiements mobiles sans contact.
- Grâce à l'offre SplitPay de Solarisbank, les utilisateurs allemands de Samsung Pay pourront aussi choisir de fractionner leurs paiements au-delà de 100 euros, sur une durée allant jusqu'à 24 mois.

ENJEUX

- **Contourner les banques pour démocratiser plus rapidement sa solution** : Plutôt que de jouer cavalier seul et de se lancer dans de longues négociations avec les banques, et pour faire face à l'évidence de ses difficultés en matière d'adoption par le grand public, Samsung Pay opte pour un partenariat avec un spécialiste de la finance contextuelle. Solarisbank a ainsi permis à des établissements non financiers de proposer à leurs clients des services bancaires. C'est par exemple le cas de la plate-forme de vente de VO CarNext, qui permet à ses clients de financer leur véhicule grâce à une offre en marque blanche de Solarisbank. Samsung se départit ainsi de la nécessité de signer des partenariats d'acceptation pour rendre d'emblée son wallet utilisable de manière universelle.

MISE EN PERSPECTIVE

- Depuis ses premières velléités de déployer son wallet à l'international, Samsung a fait des choix de partenariats originaux, adaptés au contexte local. Aux Etats-Unis, qui est sans doute son offre la plus classique, Samsung s'est appuyé sur la FinTech SoFi. Au Royaume-Uni, son choix s'est porté sur Curve, une FinTech très innovante, lui permettant de doter son wallet de fonctions inédites. Le choix de Solarisbank, acteur désormais incontournable en Allemagne, confirme parfaitement cette stratégie décalée par rapport à ses concurrents directs. Ces choix démontrent la compréhension de Samsung de son intérêt à s'appuyer sur le développement de la finance contextuelle.
- En juin 2020, Samsung Catalyst Fund participait à la série C menée par Solarisbank, démontrant déjà son intérêt pour la société berlinoise.

Source : Galitt, Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Lyf Pay crée une solution dédiée aux restaurateurs pendant la crise

France

LES FAITS

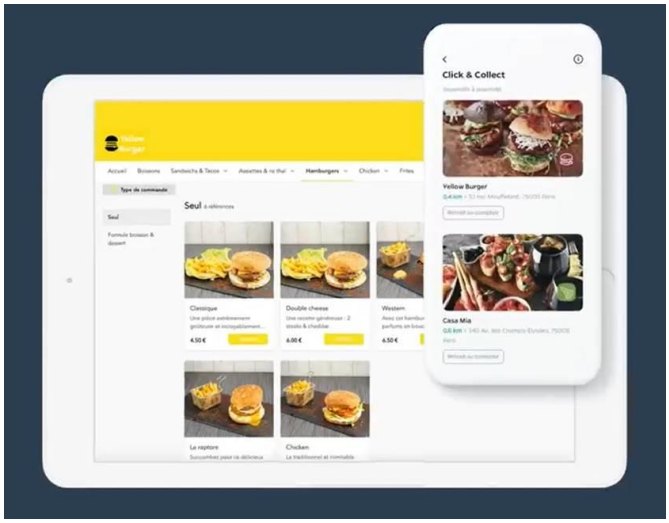
- La FinTech Lyf Pay, contrôlée par Crédit Mutuel, BNP Paribas, Auchan, Casino, Mastercard et Oney, vient de présenter sa réponse à la crise sanitaire.
- Elle vise à offrir des solutions d'achat et de paiement innovantes aux restaurateurs particulièrement impactés.
- Lyf Pay propose aujourd'hui une offre globale aux restaurateurs, intégrant deux services innovants :
  - → Click & Collect, opéré par TastyCloud, dédié aux services Web et réseaux sociaux des restaurants. Il se compose d'un espace client pour mettre à jour les menus et offres commerciales, d'un accès en temps réel à un fichier clients et d'un tableau de bord.
  - → Le Paiement à table, un service d'encaissement permettant aux clients de régler leur addition par téléphone, depuis leur table, en toute autonomie. La solution est aujourd'hui disponible pour tous les établissements travaillant avec l'éditeur de caisse Tiller. Son accès sera progressivement étendu à d'autres éditeurs de logiciel de caisse.
- Tarif : abonnement à partir de 79 euros par mois, hors commission de paiement.

ENJEUX

- **Soutenir une profession en préparant la transition des restaurateurs vers des outils numériques :** Les outils proposés aujourd'hui par Lyf Pay doivent permettre aux restaurateurs de développer leur chiffre d'affaires et de gagner du temps, tout en améliorant l'expérience client (rapidité, fluidité et personnalisation). L'objectif de Lyf Pay est de faciliter la reprise économique du secteur et d'offrir des alternatives, notamment via la vente à distance. L'argument mis en avant par Lyf Pay est aussi que les offres à emporter des restaurateurs sera mise en avant auprès de sa communauté de plus d'1,5 million d'utilisateurs.
- **Se plier aux nouvelles contraintes :** règles sanitaires renforcées, exigences de distanciation, nouveaux standards de consommation renforcent aujourd'hui les attentes en matière de transformation numérique pour les services d'encaissement proposés par les restaurateurs. C'est le sens de la seconde proposition de Lyf Pay, avec l'encaissement à table.

MISE EN PERSPECTIVE

- Rachat et partenariat ont marqué l'activité de Lyf Pay ces derniers mois, permettant d'enrichir chaque fois la solution de paiement multicanal. En 2018, Lyf Pay s'est ainsi associée à Tricount, une application de partage des dépenses, avant de mettre la main sur l'application scan & go en 2019. Aujourd'hui, Lyf Pay poursuit cette stratégie en intégrant les offres de TastyCloud.



Source : Galitt, Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Transferts de fonds

Nickel se lance sur le marché du transfert d'argent à l'international

France

LES FAITS

- Nickel se lance aujourd'hui sur le marché des transferts d'argent internationaux. La filiale de BNP Paribas s'appuie pour cela sur des partenaires concurrents de Western Union, Ria Money et la start-up Monisnap.
- Nickel s'est associé à Ria Money Transfer et Monisnap pour proposer aux quelque 1,7 million de clients de la néo-banque une solution simple et un parcours optimisé pour envoyer des espèces à leurs proches à l'étranger.
- Le nouveau service est accessible depuis leur application mobile ou leur espace client en ligne Nickel.
- Les fonds peuvent être envoyés vers plus de 150 pays, à des tarifs présentés comme avantageux. En moyenne, le coût des transferts serait inférieur à 5 % de la somme envoyée, soit des montants plus faibles que ceux pratiqués notamment par Western Union en agence.
- Trois étapes du parcours :
    - → l'expéditeur envoie les fonds depuis l'application ou l'espace client Nickel,
    - → Ria valide le transfert,
    - → le bénéficiaire peut instantanément retirer l'argent dans l'un des 435 000 points de retrait Ria muni d'une pièce d'identité.
- Dans ce partenariat, Ria Money met à disposition son réseau et sa capacité technique à faire parvenir l'argent à destination. Monisnap, pour sa part, a développé l'interface utilisateur qui permet à Nickel de connecter ses clients à l'offre de Ria. La FinTech gère également la relation client sur ce service.

ENJEUX

- **Un partenariat pour une efficacité immédiate :** Nickel réussit le pari d'un lancement de nouveau service immédiatement abouti, grâce à son partenaire Ria Money et son réseau de points de retraits mondial, capable de concurrencer Western Union et grâce à l'interface déjà éprouvée de Monisnap, une start-up qui cherche à étendre sa présence et à lancer une plate-forme de services financiers pour les expatriés.
- Pour Nickel, il s'agit avant tout de **répondre à une attente de ses clients,** dont 30 % sont interdits bancaires. Un certain nombre d'entre eux souhaite envoyer de l'argent à sa famille, en dehors de l'Hexagone ; d'où la cohérence de cette offre pour Nickel.
- **Profiter d'un marché porteur :** Nickel avance les chiffres de la Banque Mondiale, selon lesquels plus de 22 milliards d'euros sont envoyés depuis la France chaque année. Ces transferts d'argent représentent 3 fois l'aide publique au développement et jusqu'à 20 % du PIB de certains pays.

MISE EN PERSPECTIVE

- La crise sanitaire n'a pas autant impacté Nickel que d'autres acteurs financiers. La filiale du groupe BNP Paribas profite résolument de son positionnement inclusif pour s'occuper des finances de tous, et en

particulier de ceux dans les situations les plus précaires. Elle présentait ainsi de très bons résultats cet été, portés par son positionnement spécifique en France et par ses projets en Europe.

Source : Galitt, Communiqué de presse

E-commerce & e-paiement

Obvy lutte contre les impayés des professionnels grâce à une solution de paiement

France

LES FAITS

- La solution de paiement d'OBVY permettait jusqu'ici de sécuriser uniquement les paiements entre particuliers.
- En pleine crise sanitaire et face aux difficultés croissantes rencontrées par les entreprises, la FinTech adapte son offre pour sécuriser aussi les paiements à destination des professionnels.
- OBVY lance donc une solution de paiement par cantonnement des fonds, pour payer les professionnels.
- Cible : les PME et TPE.
- Ces dernières devront présenter Kbis et carte d'identité pour pouvoir s'inscrire sur le site d'OBVY, ce qui représente une garantie supplémentaire pour les deux parties.
- La solution fonctionne ensuite par séquestre, permettant un blocage des fonds dans un coffre-fort numérique, le temps de la réalisation d'une vente ou d'une prestation.
- Coiffeuse à domicile, femme de ménage ou artisan peuvent ainsi recevoir des propositions d'achat pour leur prestation en amont, puis être payé en quelques secondes une fois la prestation effectuée.

ENJEUX

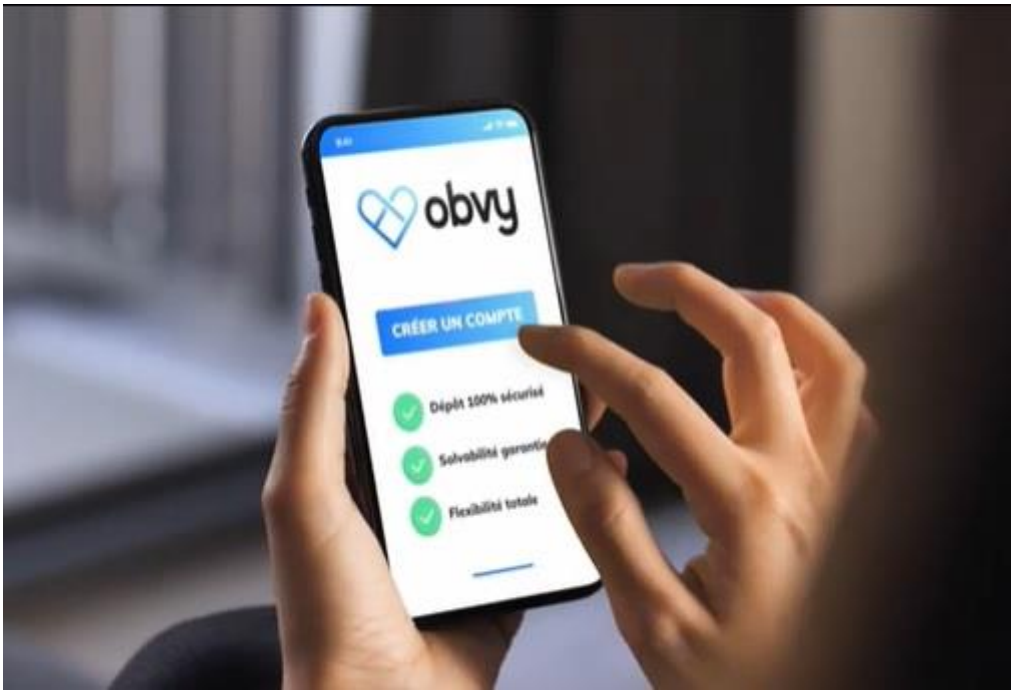
- **Rassurer toutes les parties :** La solution d'Obvy permet d'attester de la solvabilité des acheteurs et d'assurer que les fonds ne seront débités qu'une fois la transaction ou la prestation réalisée dans les conditions conformes au contrat. Pour les entreprises, déjà fragilisées par la crise, c'est une garantie contre les no-show (client qui ne se présente pas), les impayés ou les chèques sans provision. Pour les clients, une garantie de la conformité de la transaction. OBVY cherche donc à élargir le cercle de confiance déjà créé avec sa solution de paiement entre particuliers.

MISE EN PERSPECTIVE

- OBVY s'est lancée en 2017. Depuis, elle déploie son offre auprès du grand public, utilisateur de tous les sites de commerce entre particulier (Vinted, Le Bon Coin et autres sites de petites annonces).
- Depuis peu, OBVY permet aussi à ses clients particuliers de bénéficier de facilités de paiement, grâce à un partenariat avec Banque Casino, signé en août dernier.
- La FinTech annonce d'ailleurs que ces facilités de paiement (en 3, 4 ou 10 fois) seront très prochainement disponibles pour le paiement des professionnels. Ces derniers recevront l'intégralité des fruits de leur vente, et leur client sera prélevé mensuellement sur sa carte bancaire.

En vidéo

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt



Source : Galitt, Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

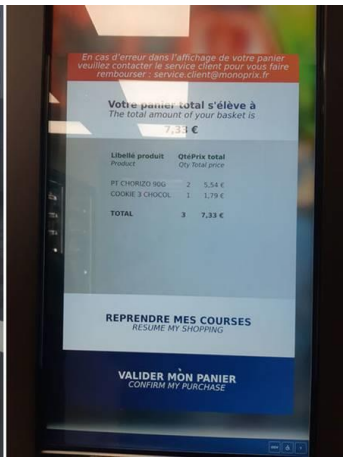
TPE & Encaissement

Casino dévoile sa version low cost du magasin sans caisse

France

LES FAITS

- C'est via son enseigne Monop' que le groupe fait ses premiers pas dans l'expérimentation d'un magasin sans contact, baptisé BlackBox.
- Sa particularité repose sur sa simplicité et un développement entièrement interne, assez éloigné du concept ultra-technologique d'Amazon Go.
- Le premier BlackBox dévoilé par Casino est un conteneur de 18 m2, conçu par Hexagone, contenant environ 300 références, dont plus de la moitié sont de la marque du distributeur.
- 3 catégories de produits : snacking, dépannage d'épicerie, dépannage non alimentaire (droguerie, parfumerie, hygiène, voyage, etc.).
- Technologie utilisée : des étagères balances, conçues par Shekel Brainweigh, qui repèrent à la différence de poids si un produit a été pris. Ce système impose au distributeur d'éloigner les produits de références différentes dont les poids sont trop proches (canettes de soda par exemple).
- Un parcours client moyen d'1 minute :
  - → Le client passe sa carte bancaire ou son téléphone équipé d'Apple Pay ou Google Pay devant un lecteur sans contact et entre dans le magasin
  - → Il prend les produits qui l'intéressent
  - → Il valide le panier qui s'affiche sur un écran à la sortie du magasin, choisit de recevoir ou non son ticket de caisse par e-mail et quitte le magasin
- Partenaires pour l'encaissement : le Lab by CB, Ingenico et le fournisseur de logiciels de caisse Orika.
- Cette solution d'encaissement nécessite qu'il n'y ait qu'un seul client à la fois dans le magasin, pour valider chaque panier individuellement.



ENJEUX

- **Une innovation low cost pour répondre à des besoins spécifiques.** Ce magasin a été conçu pour des zones de fort trafic (gares, aéroports, hôpitaux, campus, parkings), sans clientèle récurrente. D'où le choix de ne pas relier les achats à un compte client et de privilégier la rapidité du parcours : pas d'application mobile à télécharger et une pré-autorisation de 30 euros à l'entrée puisque le panier moyen devrait se situer entre 6 et 10 euros. Compte tenu de ces caractéristiques, le magasin s'avère peu coûteux à mettre en place et à maintenir.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

- **Se distinguer de la concurrence.** Ces choix marketing et surtout technologiques font de BlackBox un concept bien différent d'Amazon Go. Si Casino a choisi de développer son concept en interne, c'est aussi dans la perspective de vendre la technologie en marque blanche à d'autres distributeurs, une raison supplémentaire de ne pas opter pour « Just Walk Out », la solution d'Amazon. Casino fait d'ailleurs déjà distribuer certaines de ses offres par des partenaires, notamment son application Casino Max, distribuée en marque blanche par IBM.

MISE EN PERSPECTIVE

- Il a fallu 18 mois aux équipes de Casino pour concevoir BlackBox. Le concept est testé en ce moment auprès des employés du siège de Clichy. Mais d'ici environ 8 semaines, le box devrait être déplacé pour être testé en conditions réelles auprès de vrais clients.
- Le plan de déploiement de l'enseigne prévoie l'ouverture d'une dizaine de ces BlackBox d'ici 2 ans, avec un chiffre d'affaires de 30 000 à 60 000 euros par mois en fonction des implantations.
- A terme, l'objectif de Casino est d'équiper en priorité les franchisés du groupe, mais aussi d'autres distributeurs en marque blanche.

Source : Galitt, L'Usine Digitale

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

La caisse libre-service se réinvente avec Caper

Etats-Unis

LES FAITS

- Une start-up américaine, Caper, suit la tendance de l'automatisation des magasins physiques.
- Elle vient de présenter un nouveau concept de point d'encaissement autonome, qui ne nécessite aucune modification d'aménagement dans le magasin. Son objectif ? démocratiser la caisse libre-service pour l'adapter notamment aux besoins des petits commerçants.
- Baptisée Checkout Counter, la nouvelle solution de Caper prend la forme d'un comptoir d'encaissement autonome, qui peut être posé sur n'importe quel meuble.
- Le comptoir est équipé de plusieurs technologies :
    - → Vision par ordinateur et Intelligence Artificielle pour reconnaître les produits posés sur le comptoir
    - → capteurs pour détecter le dépôt ou le retrait d'un produit sur le comptoir
    - → terminal d'encaissement par carte bancaire avec ou sans contact (incluant Apple Pay ou Android Pay).
- 10 000 références peuvent être reconnues par le comptoir. Une simple connexion WiFi et un branchement au réseau électrique suffisent pour le faire fonctionner.
- La cible : les petits commerçants dont les boutiques ne dépassent pas les 930 m².
- Plusieurs magasins d'une enseigne américaine (dont le nom n'a pas été révélé) seraient actuellement en phase de test.

ENJEUX

- **Etendre ses solutions en misant non sur le "sans caisse", mais sur l'encaissement autonome :** Caper est à l'origine connu pour son chariot de courses intelligent, un caddie équipé de nombreuses technologies (scanner de produits, capteurs et autre module d'encaissement par carte embarqué) permettant à ses utilisateurs d'éviter le passage en caisse. La solution, déployée dans plusieurs magasins, profite d'un très bon accueil des consommateurs qui lui attribuent une note de satisfaction moyenne de supérieure à 9/10.
- **Adapter le libre-service aux petits commerces** : Caper cible non pas les chaines de la grande distribution avec sa caisse automatique, mais bien les petits commerces de proximité. Ces derniers, en période de crise sanitaire, pourraient être séduits par la possibilité de proposer une solution d'encaissement entièrement autonome, ne nécessitant pas l'intervention d'un vendeur et permettant de fluidifier le trafic en magasin.

MISE EN PERSPECTIVE

- Initiée en 2018 avec Amazon Go, la tendance du magasin "sans caisse" a connu une forte accélération ces derniers mois. Passer moins de temps sur le lieu de vente et acheter sans contact sont devenus des arguments qui se défendent dans ce contexte de crise sanitaire. Pourtant, le saut technologique pour y parvenir n'est pas forcément accessible à tous les commerçants. Certains, comme Decathlon ou Monop' ont d'ailleurs présenté des concepts nettement moins technologiques que celui d'Amazon et surtout moins coûteux pour le distributeur.

- L'idée de Caper n'est pas de supprimer la caisse, mais de rendre le client plus autonome grâce à un équipement léger et, ainsi, de proposer une alternative au magasin sans caisse pour des commerces de proximité.

Voir le fonctionnement de Caper en vidéo

Source : Galitt, Blog de Caper

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Square dédie une API au pilotage de son terminal de paiement

Australie / Royaume-Uni / États-Unis

LES FAITS

- Square a profité de sa conférence Unboxed 2020 pour présenter une nouvelle API dédiée à son terminal de paiement.
- Dans un souci de facilitation, le géant du paiement s'appuie sur cette technologie pour permettre à ses clients d'interfacer son TPE pour qu'il puisse discuter avec leur terminal d'encaissement.
- Disponible via Square Developer, l'API Terminal s'ouvre aux développeurs en les invitant à utiliser un outil de développement pour créer de nouvelles solutions et usages pour son terminal de paiement en point de vente.
- La nouvelle API permet en effet aux développeurs de connecter le Square Terminal à leur système (iOS, Android ou Web).
- Les développeurs peuvent ainsi créer un logiciel de gestion flexible, s'adaptant aux besoins de toutes les entreprises, qu'il s'agisse :
    - → de développer une interface personnalisée pour gérer des commandes et du paiement
    - → de gérer les données des patients au sein d'un cabinet médical
    - → d'assurer la sécurité des consommateurs et des vendeurs dans un lieu de vente avec un paiement sans contact.
- L'API Terminal est disponible aujourd'hui aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie.

ENJEUX

- **Continuer de faire évoluer l'encaissement en apportant de la simplicité à ses clients** : Square a construit son identité même sur l'idée de révolutionner l'encaissement. Pour ce faire, le PSP ajoute régulièrement des services, dont la majorité s'adresse à des petits commerçants. Dans cette logique, Square leur offre aujourd'hui la possibilité de relier leur terminal de caisse à leur terminal de paiement, pour éviter notamment les allers-retours entre l'un et l'autre afin de finaliser une transaction.
- **Adapter ses offres aux besoins nés de la crise sanitaire** : depuis quelques mois, le cahier des charges des développeurs travaillant sur les systèmes d'encaissement et de paiement est clair : éviter au maximum les contacts au moment de l'achat. Square peut adresser ce besoin en apportant plus de flexibilité dans l'utilisation de son terminal.

MISE EN PERSPECTIVE

- Unboxed 2020 était la quatrième édition de cet évènement annuel organisé par Square. Le spécialiste du paiement en profite chaque année pour rassembler ses partenaires et les développeurs. Square ouvrait ainsi ses API d'encaissement aux développeurs en 2018, avec une solution baptisée Square Reader SDK, avant de lancer une nouvelle API tournée vers les commerçants en 2019.
- Square a bien conscience que cette collaboration avec les développeurs est une clé essentielle pour élargir la couverture de ses offres et leur donner davantage de flexibilité, au bénéfice de ses clients finaux.

CHIFFRES-CLES

Depuis 2018

- Le nombre de développeurs actifs pendant 90 jours développant des solutions pour les vendeurs sur la plate-forme Square a augmenté de près de 80 %
- Multiplication par 4 de la base de ses partenaires
- Multiplication par 2 de l'adoption par les vendeurs de solutions partenaires de Square
- objectif d'1 million de vendeurs connectés aux partenaires d'ici 2021

Source : Galitt, Communiqué de presse

Objets et voitures connectés

Une voiture sur mesure et une nouvelle solution de paiement pour Audi

Allemagne / Norvège

LES FAITS

- Le constructeur allemand vient de dévoiler sa solution de paiement, baptisée AudiPay. Elle permet à ses conducteurs d'enregistrer leurs moyens de paiement préférés dans un wallet et de payer tous leurs services de mobilité.
- Ce lancement accompagne également la sortie des « Fonctions à la demande », qui offrent la possibilité aux conducteurs de souscrire à tout moment à de nouveaux services ou d'acheter des mises à jour pour leur véhicule.
- Les conducteurs d'Audi peuvent désormais personnaliser leur véhicule après l'achat ; alors que jusqu'ici, toutes les options devaient être configurées avant l'achat.
- Pour ce faire, les clients doivent se rendre sur leur compte MyAudi et commander en ligne ou depuis l'application mobile le complément qu'ils souhaitent souscrire.
- Exemples d'achats possibles : amélioration des phares LED, souscription d'un pack info-divertissement ou de nouvelles aides à la conduite (Park Assist).
- La fonctionnalité choisie peut aussi faire l'objet d'un test gratuit sans engagement d'un mois, après lequel le client doit confirmer l'abonnement pour continuer d'en bénéficier.
- Une fois achetée, la fonctionnalité est activée à distance et disponible au redémarrage du véhicule. Ceci est possible grâce à l'installation systématique du hardware nécessaire dans tous les véhicules de la marque, ce qui lui permet de réduire ses coûts en évitant la personnalisation au niveau de l'usine.
- Véhicules éligibles : les e-tron, A4 à A7, Q5 à Q8. A terme, tous les véhicules de la marque devraient offrir cette possibilité.
- Pour le moment, AudiPay permet essentiellement de stocker les cartes de paiement du détenteur du compte ; mais Audi souhaite rapidement y rajouter la possibilité d'utiliser des moyens de paiement locaux, mais aussi PayPal ou Klarna.

ENJEUX

- **Soutenir une stratégie digitale.** L'idée d'Audi est de créer un écosystème mobile digital ouvert, basé sur l'abonnement. D'où son choix de mettre à disposition ses API dans un bac à sable, pour permettre à des tiers de développer des services complémentaires associés à sa solution de paiement (réservation de véhicule, parking, covoiturage, recharge électrique, achat de carburant, péage, etc.).
- **Fournir davantage de flexibilité à ses clients.** Le package le plus vendu jusqu'ici par Audi en Norvège est celui qui concerne les phares. En effet, la possibilité de souscrire un abonnement temporaire est un avantage dans cette zone géographique où les phares améliorés ne sont pas nécessaires toute l'année, compte tenu des variations saisonnières de lumière.
- **Garder un contact avec le client après l'achat.** C'est aussi le sens du compte MyAudi, qui permet de gérer le client et son véhicule sur le long terme. C'est aussi une source de revenus complémentaire pour les concessionnaires lesquels sont rémunérés pour les ventes additionnelles qu'ils génèreront sur ce canal.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette possibilité de personnalisation est pour le moment disponible en Norvège et en Allemagne. Mais l'objectif est rapidement de l'étendre à une vingtaine de pays européens.
- AudiPay est une déclinaison de VolkswagenPay, lancée par VW Payments, l'EME que la marque a créé en 2017 pour gérer ses services de paiement. Volkswagen a d'ailleurs successivement racheté deux acteurs du paiement, PayByPhone d'abord en 2017, puis LogPay en 2019.
- Dans cette même logique, Daimler a lancé sa propre solution de paiement en 2017, Daimler Pay, suite au rachat de PayCash.
- Tesla a lancé cette tendance avec sa batterie boostée et la mise à disposition régulière de mises à jour pour ses véhicules. Aujourd'hui, de nombreux constructeurs suivent le mouvement, notamment sur le segment du luxe (BMW, Cadillac). Le groupe Volkswagen a amorcé ce virage dès 2019.

Source : Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Stratégies d'acteurs

Banque Casino change de nom pour s'ouvrir à l'Europe

France

LES FAITS

- Banque Casino abandonne son nom historique et devient Floa.
- Ce choix marketing accompagne les ambitions de celles qui s'affirme comme une FinTech, tournée vers l'ouverture à de nouveaux écosystèmes et vers l'international.
- Banque Casino affiche aujourd'hui une nouvelle ambition : devenir le leader européen du paiement fractionné en Europe.
- En devenant Floa, le groupe se fixe deux objectifs d'ici 2025 :
    - → franchir le cap des 5 millions de clients
    - → être présente dans 10 pays
- Après l'Espagne et la Belgique cette année, Floa envisage déjà de s'étendre à 3 autres pays européens dès 2021, en conservant les bases de son ADN : numérique, innovante et ouverte.
- Elle opérera sous deux marques commerciales différentes :
    - → FLOA Bank pour ses clients BtoC
    - → FLOA Pay pour ses partenaires BtoB

ENJEUX

- **Refléter ses ambitions en matière d'expérience clients :** Floa se veut un nom court et simple à prononcer dans plusieurs langues. Mais cette simplicité vise aussi à refléter la fluidité attendue par les consommateurs pour réaliser leurs achats, un engagement que souhaite prendre Floa auprès d'eux.
- **Répondre à une demande forte :** un récent sondage Opinion Way établit que 1/4 des Français utilisent le paiement en plusieurs fois. Parmi eux 77 % d'entre eux prévoient de l'utiliser à nouveau dans les prochains mois et 78 % seraient même prêts à changer d'enseigne pour en bénéficier.
- **Conquérir l'Europe :** Uniquement présente en France, FLOA officialise son implantation en Espagne et en Belgique. Mais elle a pour ambition de devenir le leader européen des facilités de paiement. Le paiement fractionné prend une nouvelle ampleur ces derniers mois, à l'échelle internationale. Le groupe français va se trouver en concurrence frontale avec Oney, rachetée par BPCE pour en faire son bras armé de la banque digitale européenne, mais aussi d'AfterPay, qui s'est récemment emparée de l'espagnol Pagantis.

MISE EN PERSPECTIVE

- Banque Casino travaille à **l'élargissement de son écosystème** depuis plusieurs mois. En 2019, elle signifiait son intention de sortir de la dépendance au groupe Casino pour aller chercher des partenaires à l'extérieur. Ce changement de nom, trop évocateur de sa filiation avec Casino, en découle directement. Depuis, la marque s'est par exemple rapprochée de Bankin' mais aussi de Lydia. Plus récemment, elle a ouvert un nouveau segment de marché sur le commerce entre particuliers.

- La croissance de l'e-commerce depuis la crise sanitaire s'est accompagnée d'une forte croissance des volumes de paiement fractionné. Ainsi, Oney a vu son encours de paiement fractionné augmenter de plus de 50 % pendant le confinement, sans que ces volumes ne diminuent par la suite. Banque Casino, quant à elle, estime que le marché va croître de 5 à 10 % malgré l'effondrement de la part des voyagistes.
- Dans un mouvement similaire, Oney, déjà présente en Europe du Sud, vient d'annoncer le lancement de son activité en Allemagne.

CHIFFRES-CLES

- 2001 : création
- 2012 : virage stratégique et entrée dans le groupe Crédit Mutuel-CIC
- 3 millions de clients en France à fin 2019
- 2 milliards de biens et services financés chaque année
- 25 % de parts sur le marché du paiement fractionné
- 150 000 nouvelles cartes de crédit souscrites ces six derniers mois

Source : Galitt, Communiqué de presse

Open-banking : Lydia signe avec Tink pour préparer l'avenir des API en Europe

France / Europe

LES FAITS

- La FinTech du paiement vient d'annoncer un partenariat avec la start-up de l'open-banking, d'origine suédoise.
- A ce stade, l'objectif est essentiellement technique et vise à lui permettre d'améliorer la stabilité de ses connexions API avec les banques. A terme, Lydia vise un partenariat international.
- Lydia s'est déjà lancée dans l'open-banking depuis plusieurs années, via le lancement de son offre méta-bancaire, accompagnée d'une carte de paiement agrégatrice.
- Cette première incursion s'est faite en partenariat avec la start-up Budget Insight, et son API Budgea.
- Suite au partenariat avec Tink, les transactions seront orientées en fonction de la performance des API. Les clients de certaines banques passeront donc par l'API de Budgea et les autres par celle de Tink.
- Les services de Lydia en matière d'open-banking se traduiront toujours par les deux services qui existent aujourd'hui : l'agrégation de comptes d'une part et l'initiation de paiement d'autre part pour approvisionner le compte Lydia et réaliser des virements sans sortir de l'application.

ENJEUX

- **Stabiliser ses connexions API :** le premier objectif de Lydia est de limiter l'impact d'une transition qui se fait assez lentement, au gré des améliorations apportées aux API des banques. Le fait d'ajouter un deuxième agrégateur, qui supporte déjà les connexions avec 15 banques (dont AmEx, Hello Bank!, ING, N26 et Revolut), lui permet d'optimiser sa connectivité.
- **Préparer l'avenir :** l'objectif de Lydia est surtout de se préparer à un avenir dont la FinTech estime qu'il passera entièrement par l'APIsation des offres, pour garantir une communication parfaite entre banques et acteurs tiers, à une échelle européenne. Et comme Lydia a déjà commencé à s'étendre à l'international, son objectif est d'avoir un partenaire qui puisse lui assurer cette connectivité partout en Europe.

MISE EN PERSPECTIVE

- La capacité des banques et des acteurs de l'open-banking à travailler ensemble pour améliorer la qualité des API est cruciale, car ces dernières sont le sésame pour permettre aux banques d'intégrer leurs offres « sans couture » dans n'importe quel contexte.
- Le démarrage de cette finance « contextuelle » a notamment eu lieu au Royaume-Uni, où l'entité chargée de la mise en œuvre de l'open-banking communique sur des chiffres encourageants, dans la lignée de la stratégie très volontariste des autorités britanniques.
- Yolt, agrégateur britannique créé par ING Direct, communique pour sa part des chiffres de connexion en nette hausse : sa filiale Yolt Technology a comptabilisé 1 milliard d'appels sur ses API, en croissance de 10 % par mois depuis un an. En mai dernier, YTS a annoncé couvrir 80 % des connexions bancaires en France, Italie et Espagne et 90 % au Royaume-Uni.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

TINK AND FRENCH PAYMENT FINTECH LYDIA ENTER EUROPEAN OPEN BANKING PARTNERSHIP

Source : Galitt, Communiqué de presse

Retour d'expérience : Splitit profite du boom du marché du paiement fractionné

Etats-Unis

LES FAITS

- Splitit, anciennement PayItSimple, est une plate-forme américaine qui propose des solutions de paiement en n fois sans frais.
- Elle annonce avoir triplé sa croissance mondiale et avoir réalisé un troisième trimestre record.
- Le volume des ventes des commerçants sur les transactions Splitit a augmenté de 214 % par rapport au troisième trimestre 2019 (à 71 M$), avec une croissance de 200 % en Amérique du Nord. Cette croissance est essentiellement due à une acceptation plus importante, notamment auprès de grands commerçants.
- Le montant moyen des transactions réglées avec Splitit est de 1 000 dollars.
- Sur la même période, Splitit a connu une croissance de 318 % de ses revenus, à 2,4 M$.
- En outre, l'acteur estime avoir enrôlé un nombre historique de nouveaux commerçants lors de ce 3ème trimestre 2020. Ils sont désormais 1 400 e-commerçants à accepter sa solution, contre un peu plus de 600 un an auparavant. Côté clients, 362 000 utilisateurs ont payé via la solution de Splitit, soit le double du chiffre enregistré l'année précédente.

ENJEUX

- **Surfer sur un contexte favorable** : Splitit opérant largement auprès des e-commerçants, et en pleine crise sanitaire mondiale, la FinTech a profité de l'explosion de l'e-commerce, notamment pendant les périodes de confinement.
- **Diversifier sa cible** : Splitit s'intéresse désormais aussi à la cible des professionnels. Pour satisfaire ses ambitions, la FinTech s'est d'ailleurs rapprochée de Quickfee en septembre dernier, spécialiste australien du paiement et des avances de trésorerie, pour séduire une clientèle BtoB.
- **Booster encore son acceptation** : Splitit a décidé de proposer aux commerçants un module leur permettant d'intégrer de façon autonome la solution de paiement fractionné dans leur boutique, sans intervention extérieure, grâce aux API de Stripe Connect. De quoi encore augmenter sa disponibilité. Cette fonctionnalité a été lancée aux Etats-Unis, mais devrait être étendue dans d'autres géographies en 2021.

MISE EN PERSPECTIVE

- Après avoir déployé son offre en Asie et en Europe, Splitit récolte aujourd'hui les fruits de ses efforts en matière d'expansion.
- Mais au-delà de sa stratégie, la FinTech profite aussi aujourd'hui de l'essor du paiement fractionné. Certains observateurs estiment que la FinTech a le même potentiel de croissance que le géant Afterpay, qui a récemment progressé en Europe.

CHIFFRES-CLES

- 2012 : création
- Des bureaux à New York (siège) à Londres et en Australie
- Des centaines de marchands couverts dans le monde
- 1 centre de R&D en Israël

Source : Galitt, Communiqué de presse

Sync, nouvel acteur à suivre sur le marché de l'Open-banking

France

LES FAITS

- La "*Smart Bank*" créée par un ancien dirigeant de Revolut, Sync, déploie ses ailes en Europe et entre en particulier sur le marché français.
- Avec elle, l'Hexagone voit arriver un concurrent pour ses agrégateurs historiques, comme Bankin' ou Linxo, dont la vision de l'Open-banking semble plus large.
- Sync est un service d'agrégation de comptes bancaires multi-devises, associé à un outil de PFM d'une part et à une marketplace d'autre part.
- L'application mobile de Sync permet à ses clients de gérer jusqu'à 30 comptes hébergés auprès d'organismes bancaires européens, tels que TSB, Ulster Bank, Bank of Ireland, mais aussi Banque Populaire, BNP Paribas, Crédit Agricole, Credit Mutuel ou Société Générale, la couverture de Sync étant européenne.
- L'ouverture de Sync sur le marché français découle d'un partenariat signé avec le fournisseur d'API financières TrueLayer.
- Désormais, la FinTech permettra aux clients français d'ouvrir un compte courant chez Sync, en livres ou en euros. Une carte bancaire sera rattachée à ce compte. Particularité de cette carte, il s'agira d'une carte agrégatrice, comme celle de Max ou de Lydia.
- Fonctionnalités :
  - → agrégation de comptes bancaires
  - → service de change de l'euro en livre sterling (25 devises seront ajoutées courant 2021), que la FinTech veut à bas coût
  - → cash-back sur les achats entre 4 et 10 % selon les partenaires
- L'offre de base est gratuite. Une version Premium payante (aux alentours de 16 euros par mois) sera lancée début 2021. Elle incluera notamment des assurances voyages et smartphone.

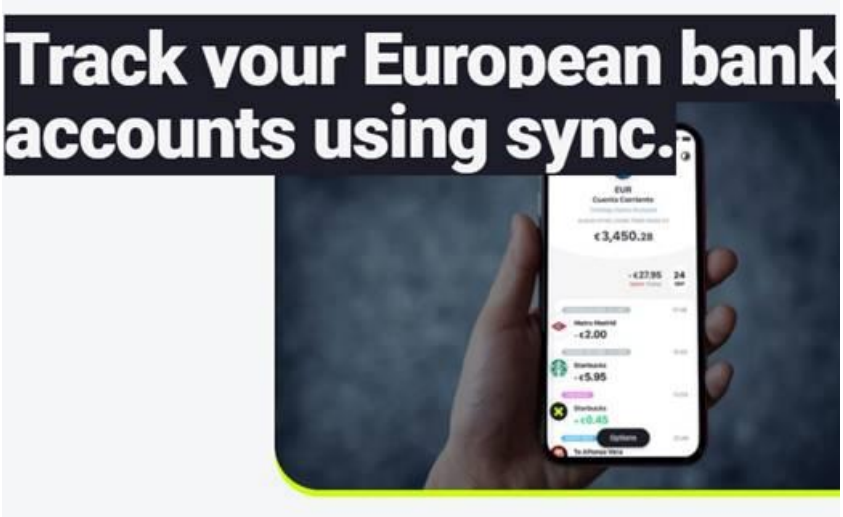
ENJEUX

- **Poursuivre son déploiement européen** : Sync, qui est née au Royaume-Uni, s'ouvre aujourd'hui à la France, mais aussi à l'Irlande, après avoir posé ses valises en Espagne.
- **Bousculer le marché français de l'open-banking, encore restreint en termes de cas d'usage** : En France, les acteurs de l'open-banking sont essentiellement des agrégateurs de comptes, qui ont peu à peu élargi leurs prestations, en intégrant notamment l'initiation de paiement. Leur déploiement est cependant freiné par la lente harmonisation des API en France. Les applications concrètes de la DSP2 s'en trouvent assez ralenties, en comparaison notamment avec le modèle britannique d'où vient Sync. La France n'a pas encore vu se développer d'offres complètes d'open-banking, comme celle de Starling Bank.
- **Financer ses ambitions** : Pour financer tous ces chantiers, Sync cherche actuellement à lever 15 millions de livres sterling. Ce qui complèterait son tour de table de 5,5 millions de livres réalisé en août dernier. Elle pourra ainsi recruter 25 personnes supplémentaires, dont une majorité de développeurs, en 2021.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

MISE EN PERSPECTIVE

- Sync veut proposer une offre inédite sur le marché français, où les agrégateurs ne proposent pas encore de compte bancaire il est en projet chez Linxo, mais pas encore opérationnel) et intègrent peu de produits complémentaires, à l'exception du crédit.
- Pour consolider encore son modèle économique, Sync devrait se faire apporteur d'affaires et proposer à ses clients de les accompagner pour changer de prestataire (électricité, FAI et autres), un service déjà largement répandu chez les acteurs nordiques (comme Minna Technologies par exemple).



Source : Galitt, Twitter

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Paiement en ligne : l'américain Stripe rachète le nigérian Paystack

Nigéria

LES FAITS

- Le spécialiste du paiement en ligne américain Stripe a conclu un accord pour acquérir Paystack, une FinTech basée à Lagos, spécialisée dans l'acceptation des paiements on- et offline.
- Le montant de cette opération n'a pas été communiqué mais serait estimé à plus de 200 millions d'euros, soit l'une des plus grosses acquisitions de start-up en Afrique.
- L'opération de rachat vise plusieurs objectifs :
    - → développer l'infrastructure de paiement de la société américaine en Afrique
    - → accélérer le commerce en ligne sur le continent africain
    - → créer une plateforme de paiement et de trésorerie universelle pour les entreprises (GPTN)
    - → lancer de nouveaux produits et services
- Paystack poursuivra ses activités de manière indépendante et intégrera petit à petit le réseau mondial de paiement et de trésorerie d'entreprise géré par Stripe.
- Cette acquisition reste soumise aux approbations réglementaires en vigueur.

ENJEUX

- **Profiter du dynamisme du marché africain :** l'économie Internet africaine se développe fortement face à l'adoption rapide du mobile et l'accélération de la digitalisation des paiements. Le commerce en ligne augmente de 21 % d'une année sur l'autre, soit 75 % plus vite que la moyenne mondiale. Pour Stripe, c'est donc un nouveau relais de croissance, puisque la FinTech n'était pas encore présente en Afrique. Stripe, qui opère dans une quarantaine de pays, ciblait il y a peu 12 nouveaux pays en Europe, Asie et en Amérique Latine pour étendre ses activités, grâce notamment aux derniers fonds levés.
- **Consolider sa réussite :** Stripe vient en effet de réaliser une levée de fonds supplémentaire de 600 millions de dollars, qui la valorise désormais à près de 36 milliards de dollars. La start-up compte parmi les entreprises qui ont continué de croître pendant la crise sanitaire, grâce à l'explosion de l'e-commerce, et accélère ainsi son déploiement dans une nouvelle zone géographique.
- Paystack a toujours été décrite par ses fondateurs comme "le Stripe africain" ; d'où la proximité qui a pu exister rapidement entre ces deux acteurs, dont les valeurs et les métiers sont parfaitement alignés.

MISE EN PERSPECTIVE

- Stripe et Paystack consolident aujourd'hui une relation entamée de longue date. Les deux FinTech avaient en effet déjà travaillé ensemble, en 2018, lorsque Stripe participait à la Série A de financement menée par Paystack, et à laquelle avaient aussi participé Tencent et Visa.

FICHE D'IDENTITE

- 2015 : création
- 60 000 entreprises clientes
- La moitié des transactions en ligne du Nigéria passent par sa plate-forme
- 2 autres pays couverts : Afrique du Sud et Ghana

En vidéo

Source : Galitt, Communiqué de presse

Retour d'expérience : L'Open-banking décolle au Royaume-Uni

Royaume-Uni

LES FAITS

- L'Open Banking Implementation Entity (OBIE), organisme créé en 2016 par l'autorité britannique de la concurrence pour mettre en œuvre l'open-banking au Royaume-Uni, vient de publier des statistiques sur l'usage de cette technologie.
- Elle est notamment revenue sur les conséquences de la crise sanitaire et sur les cas usages qui se sont développés à partir de la mise à disposition des données des 9 principales banques britanniques (AIB, Bank of Ireland, Barclays, Danske, HSBC, Lloyds, Nationwide, RBS et Santander).
- Le nombre des utilisateurs de services financiers issus de l'open-banking (c'est-à-dire de la connexion d'applications tierces aux comptes bancaires) a plus que doublé au cours des six derniers mois. Ainsi, 2 millions d'utilisateurs ont fait appel à ces services (alors qu'ils n'étaient qu'un million en janvier dernier).
- Cette adoption s'est faite au rythme d'environ 160 000 nouveaux utilisateurs par mois, à l'exception d'avril et mai.
- OBIE catégorise quatre grandes applications de l'open-banking au Royaume-Uni :
    - → l'agrégation de comptes
    - → le scoring pour simplifier l'accès au crédit
    - → la gestion de l'endettement
    - → la souscription de crédit immobilier
- Les usages de l'open-banking qui ont connu la plus forte croissance selon l'OBIE :
    - → obtenir une meilleure compréhension de son budget et de ses dépenses
    - → améliorer sa manière d'épargner
    - → mieux gérer ses revenus
    - → accéder à une offre de crédit dans de meilleures conditions

ENJEUX

- **Un contexte favorable :**
    - → Les services bancaires digitaux sont de plus en plus utilisés par les Britanniques : un sondage conduit en juillet dernier par Nesta Challenges montre que l'utilisation des applications de gestion de budget (PFM) a crû nettement pendant la pandémie ; 45 % des nouveaux utilisateurs de ces applications sont des jeunes de 25 à 34 ans. En outre, 1 Britannique sur 5 a commencé à utiliser une application mobile bancaire pendant le confinement ; et 54 % d'entre eux l'utilisent désormais régulièrement.
    - → A cet élément conjoncturel, s'ajoute la forte volonté gouvernementale d'ouvrir le marché des services financiers. C'est dans cet objectif que la marque Open Banking Limited a été créée par les autorités de la concurrence, face à ce qu'elles considèrent comme de l'inertie de la part des banques traditionnelles.
- Ce contexte particulier fait que le marché britannique est aujourd'hui très en avance par rapport à l'Europe sur la mise en œuvre de l'open-banking. En outre, les autorités ont fait le choix de communiquer

auprès du grand public sur cette notion, qui reste inconnue de la plupart des Français par exemple. L'OBIE a même mis en ligne une plate-forme permettant d'identifier tous les prestataires de services tiers en fonction de ses besoins (l'Open Banking App Store). On y trouve ainsi Starling Bank, Yolt, Revolut, Tandem Bank et toutes les autres néo-banques et FinTech dont les offres reposent sur l'accès aux données bancaires via des API.

- **Du pratique à l'indispensable :** là encore, la pandémie semble avoir agi comme un accélérateur de tendance. Les avancées de l'Open-banking étaient déjà concrètes auparavant, mais la nécessité de dématérialiser davantage les services financiers l'ont rendue incontournable, comme le montre l'adhésion des utilisateurs.
- **Démontrer les avantages de l'Open-banking** que sont, entre autres, la possibilité de personnalisation des services financiers et le partage sécurisé des données grâce aux API.

MISE EN PERSPECTIVE

- Dans d'autres pays, comme la France en particulier, ce sont les agrégateurs de comptes qui se sont posés en "arbitres" de cette tendance née avec le passage de la seconde Directive sur les Services de Paiement. Avec pour conséquence une plus grande fragmentation du marché. Les initiatives y sont nombreuses, mais la standardisation des API n'est pas encore effective et freine l'adoption des utilisateurs finaux. La richesse et le caractère hétéroclite de ces nombreux exemples démontrent ainsi que l'Open-banking n'en est qu'à ses prémices.

Source : Galitt, Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Blockchain & monnaies virtuelles

Ant Group lance Trusple, une plate-forme de paiement reposant sur une blockchain

Chine

LES FAITS

- Ant Group, anciennement Ant Financial, et société-mère de la plus grande plate-forme de paiement numérique en Chine, Alipay, vient de présenter Trusple.
- Il s'agit d'une nouvelle plate-forme utilisant la solution Blockchain du groupe, AntChain, pour offrir des services commerciaux et financiers à destination des TPE et PME. Elle permet en particulier à ces entreprises de gérer et tracer leurs paiements transfrontaliers.
- Trusple, contraction de "Trust" et "Simple", automatise les contrats de vente entre les parties en émettant des *smart contracts*. La plate-forme fonctionne en effet en générant un contrat intelligent une fois qu'un acheteur et un vendeur s'engagent dans une opération ensemble sur la plateforme.
- Le système est auto-apprenant et permet de mettre les contrats à jour automatiquement en adaptant les modes de livraison, la logistique, les options de remboursement ou les taxes par exemple.
- Grâce à AntChain, les règlements des transactions sont aussi automatiques et génèrent un virement entre les banques du vendeur et de l'acheteur.
- Pour aider à optimiser les processus transfrontaliers, Trusple s'est associé à diverses institutions financières internationales de premier plan, notamment BNP Paribas, Citibank, DBS Bank, Deutsche Bank et Standard Chartered Bank.

ENJEUX

- **Aider les vendeurs de sa martkplace à s'internationaliser :** Trusple vise avant tout à aider les petites et moyennes entreprises à vendre leurs produits et services partout dans le monde. Elle cible en premier lieu les vendeurs d'AliExpress, la place de marché d'Alibaba qui opère à l'étranger. La plate-forme se pose ainsi en intérmédiaire de confiance pour gérer les transactions à distance. D'où aussi le choix technologique de la blockchain qui permet d'instaurer davantage de transparence dans ces transactions.
- **Valoriser son offre de scoring :** Ant Group va plus loin en établissant un lien entre cette plate-forme de paiement et son moteur de calcul de scoring, Sesame credit. En effet, les transactions réussies sur Trusple permettent aux PME de renforcer leur score de crédibilité et, ainsi, de pouvoir bénéficier plus facilement des financements des institutions financières partenaires.

MISE EN PERSPECTIVE

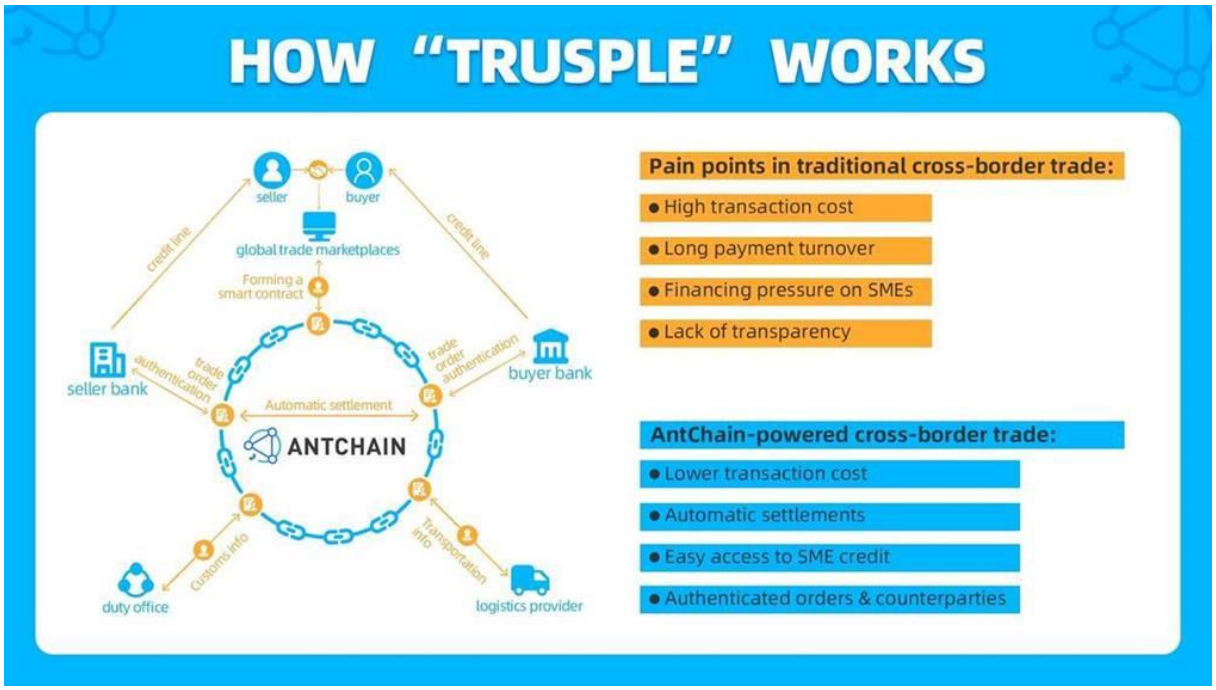
- Avec ce nouveau service à destination des professionnels, Ant Group est dans la droite ligne de la stratégie du groupe. Le bras financier du géant chinois du commerce en ligne Alibaba s'engageait en effet dans une nouvelle stratégie en juin 2018, axée sur la technologie, sur un développement à l'international et sur une orientation BtoB. Ici, Ant group se fait le fournisseur de la plate-forme blockchain, de la solution de paiement et du moteur de scoring.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

- Trusple a été lancée à l'occasion du Blockchain Industry Summit de la conférence in.clusion Fintech. Organisé par Ant Group et Alipay, cet évènement vise à favoriser une discussion mondiale sur la manière dont les technologies numériques peuvent aider à construire un monde plus inclusif, vert et durable.

CHIFFRES-CLES ANTCHAIN

- Lancement il y a 2 mois
- une plate-forme conçue pour supporter 1 milliard d'utilisateurs et 1 milliard de transactions quotidiennes
- + de 100 millions d'actifs numériques y sont téléchargés chaque jour en moyenne



Source : Galitt, Communiqué de presse

PayPal en route pour démocratiser les crypto-monnaies ?

International

LES FAITS

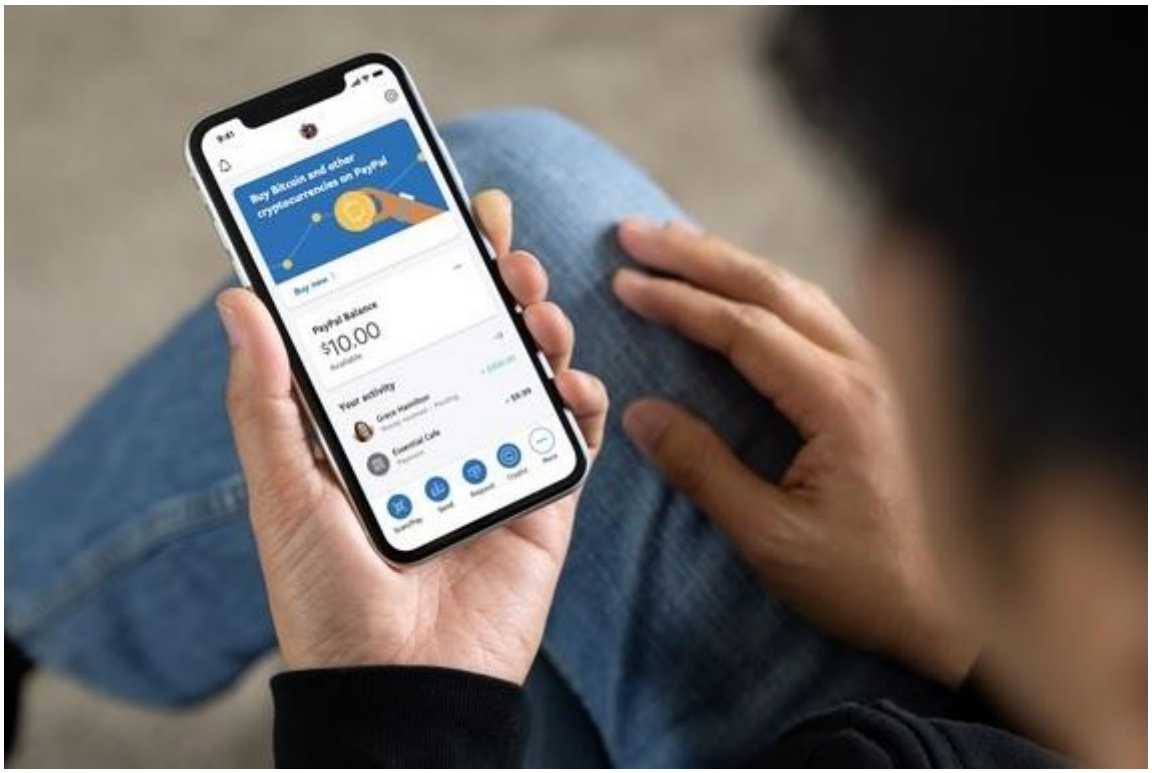
- PayPal vient de lancer un nouveau service permettant à ses utilisateurs d'acheter, de vendre et de conserver des crypto-monnaies sur son wallet.
- Une annonce qui fait l'effet d'une bombe pour ce marché, tant la puissance de feu et l'ampleur du dispositif prévu laissent entrevoir la démocratisation tant attendue de ces monnaies alternatives.
- D'ici quelques semaines, les utilisateurs de PayPal pourront abonder leur portefeuille de 4 crypto-monnaies. Bitcoin, Ethereum, Litcoin et Bitcoin Cash pourront ainsi être achetés et stockés dans le wallet.
- Mais PayPal va encore plus loin en permettant à ses clients de les utiliser pour payer les quelque 26 millions de marchands acceptant PayPal comme moyen de paiement à travers le monde.
- Dans un premier temps, le service sera disponible pour les seuls titulaires de comptes PayPal aux États-Unis. La société prévoit d'étendre cette fonctionnalité à certains marchés internationaux au cours du premier semestre 2021, sans plus de précisions pour le moment.
- PayPal se chargera de faire la conversion en monnaie fiduciaire à chaque transaction émise en crypto-monnaie, ce qui explique cette large acceptation, puisque les commerçants seront en réalité payés dans leurs devises habituelles.
- Tarif : pas de frais de service avant le 31 décembre 2020. Le groupe ne précise pas de chiffre pour la suite des opérations, mais confirme que la détention de crypto-monnaie sur les portefeuilles PayPal ne sera pas taxée par la suite.
- Pour se lancer aux Etats-Unis, PayPal s'est appuyé sur un partenariat avec Paxos, un fournisseur réglementé de produits et services de crypto-monnaies. PayPal a par ailleurs obtenu une Bitlicense inédite auprès des autorités financières de New York pour opérer sur cette nouvelle activité.

ENJEUX

- **Démocratiser largement l'usage des crypto-monnaies :** Au-delà de son service de conservation, PayPal s'engage aussi à proposer du contenu pédagogique pour aider les titulaires de ses comptes à comprendre l'écosystème des crypto-monnaies, les risques et opportunités de ce type d'investissements et le fonctionnement de la Blockchain. Car, comme l'affirme son président Dan Schulman, l'objectif est bien de permettre à une large part de la population de bénéficier des avantages de ces monnaies. Dans cet objectif, PayPal fait le choix d'un usage très contrôlé de ces crypto-monnaies, assurant notamment la conversion pour les commerçants de son réseau privatif, propice à rassurer les autorités et à permettre le développement d'usages de masse.
- D'ailleurs, PayPal ne s'arrête pas là et dit s'être rapproché des banques centrales pour voir comment mettre son expertise à leur service, dans la perspective de l'émission prochaine de MDBC. Selon une enquête de la Banque des règlements internationaux, une banque centrale sur dix (représentant environ un cinquième de la population mondiale) prévoit d'émettre sa propre monnaie numérique dans les trois prochaines années.
- **Un pas de géant pour la crypto-monnaie :** Difficiles à dépenser jusqu'ici, les crypto-monnaies gagnent aujourd'hui un partenaire inégalé pour faciliter leur usage à travers le monde. L'engagement de PayPal lève clairement un frein majeur à leur adoption en facilitant leur utilisation par 346 millions de clients actifs.

MISE EN PERSPECTIVE

- PayPal met en avant la pandémie et la crise sanitaire comme une raison de ce retournement stratégique, le Covid-19 ayant eu notamment pour conséquence d'accélérer l'adoption des services numériques, y compris en matière de paiement. Cependant, ces projets se trament manifestement depuis bien plus longtemps. Rappelons que PayPal fait partie des membres qui ont quitté rapidement le consortium Libra, pressentant qu'avec leur réseau de distribution et leur expérience du paiement (ce qui n'est pas le cas de Facebook), ils pourraient avancer bien plus rapidement sur leurs propres projets de cryptos.
- Dans la même perspective, Mastercard a récemment annoncé la sortie de son interface de test des MDBC destiné aux banques centrales.
- Si son annonce résonne comme un coup de tonnerre sur le marché monétaire mondial, et un signal fort positif pour les cryptos (faisant bondir l'action Bitcoin de plus de 6 %), il faudra encore que PayPal jouer avec les organes règlementaires locaux pour étendre son offre partout dans le monde.



Source : Galitt, Communiqué de presse

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Line dédie une plateforme aux monnaies digitales de banque centrale

International

LES FAITS

- L'application mobile de messagerie instantanée japonaise Line vient d'annoncer le lancement d'une plate-forme technologique dédiée aux banques centrales, pour les aider à gérer leurs Monnaies Digitales de Banques Centrales (MDBC).
- Line aurait récemment démarré des travaux sur sa propre plate-forme Blockchain dédiée au soutien du développement des MDBC, selon une source interne au service de messagerie.
- L'objectif est de fournir un support technologique aux banques centrales, pour favoriser la naissance de leurs propres crypto-monnaies.
- Line serait déjà en pour-parlers avec les gouvernements des principaux pays asiatiques, mais le service de messagerie viserait à terme des objectifs de déploiement mondiaux pour sa plate-forme.
- Le lancement est prévu pour 2021.

ENJEUX

- **Poursuivre sa diversification dans les services financiers** : Line est une messagerie instantanée via mobile incontournable au Japon ; mais elle cherche depuis longtemps à compenser le plafonnement du nombre de ses utilisateurs, qui ne croît plus que très lentement. Elle s'est donc engagée sur le marché des services financiers depuis plusieurs années. D'abord via le paiement, avec Line Pay, puis en se dotant d'une licence bancaire. En 2014, Line proposait un service de PFM pour ses utilisateurs. En 2018, le groupe annonçait le lancement d'une banque à part entière, avant de s'étendre au crédit en 2019 et de commercialiser son propre outil de scoring.
- **Déployer ses compétences en matière de Blockchain** : Line a lancé une blockchain propriétaire (LINK) en août dernier, ainsi qu'un portefeuille dédié à la gestion d'actifs numériques.

MISE EN PERSPECTIVE

- Aujourd'hui, Line veut surfer sur une tendance de fond et d'avenir, alors que les crypto-monnaies sont sur le devant de la scène, portées par des spécialistes mondiaux du paiement et par les gouvernements du monde entier qui cherchent à développer leur MDBC.
- Mastercard vient également de lancer son bac à sable à destination des banques centrales qui souhaiteraient lancer une MDBC ; l'acteur américain vise en priorité les acteurs européens, alors que Line s'est d'abord tournée vers les banques centrales asiatiques.

Source : Galitt, it Chosun

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Identité numérique

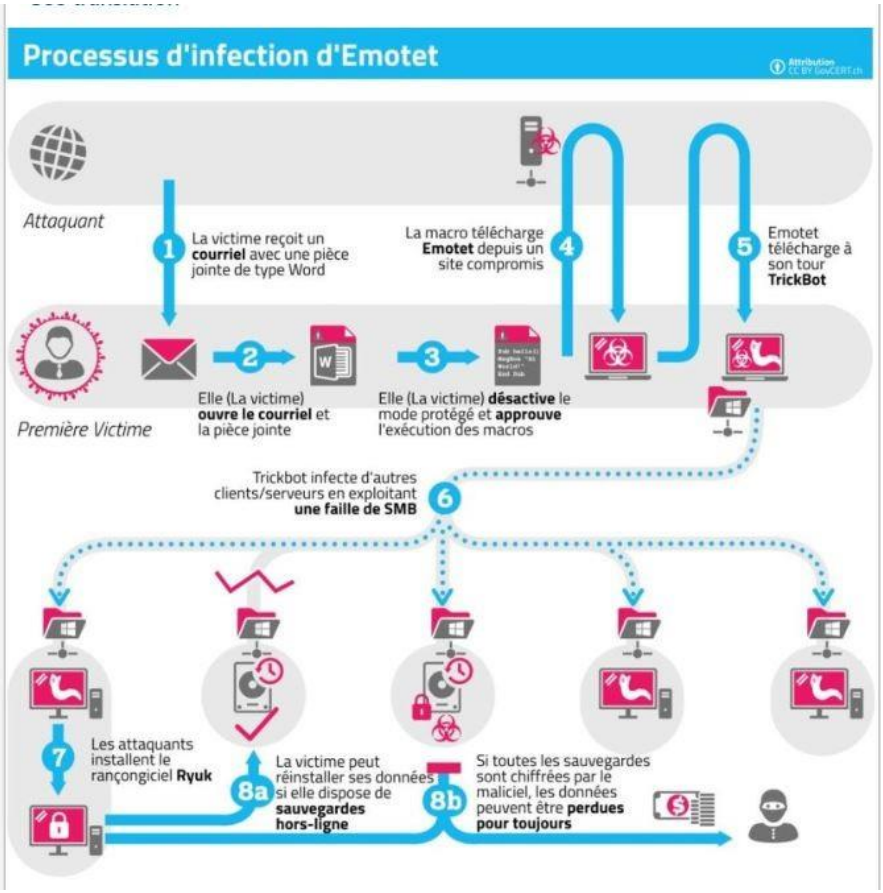
Le pourquoi / comment du projet de règlement européen sur la résilience ICT de l'écosystème financier ?

Europe

LES FAITS : UNE CYBERGUERRE

- Les attaques de cybersécurité, initiées par des pirates appâtés par le gain d'argent facile ou par des hackers de pays hostiles, se sont démultipliées durant cette période de crise sanitaire. Personne n'est épargné. Les attaques ciblent aussi bien les utilisateurs que les systèmes d'information du secteur privé ou public.

- Selon Arkose Labs, au premier semestre 2020, les attaques sur les transactions en ligne dans le monde ont été multipliées par deux par rapport à 2019. Quant aux entreprises, une étude de Forrester indique qu'en un an, 90 % des entreprises françaises ont subi une attaque qui pouvait impacter leur productivité et/ou engendrer des pertes de données clients et/ou employés. Dernièrement un nouveau cheval de troie, Emotet (voir l'image), envoyé par une pièce jointe par des campagnes de phishing massives, a même fait des ravages au sein de l'administration française.



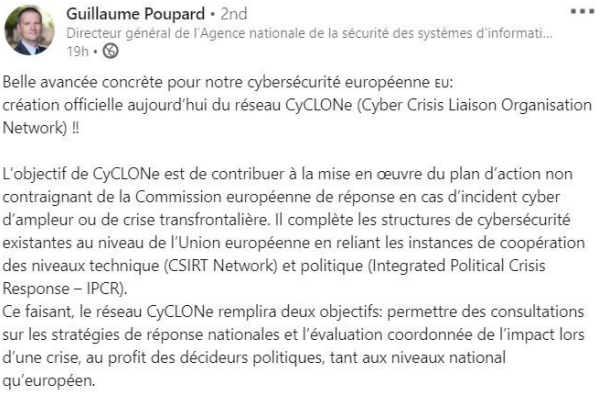
- **Le secteur bancaire européen n'est pas épargné.** Il y a quelque jours encore, une banque hongroise a fait l'objet d'une attaque par déni de service (DDOS) impressionnante par des serveurs localisés en Chine, Russie et au Vietnam.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

- Pire le manque de résilience d'une banque systémique par attaque de cybersécurité ou par ses propres risques de défaillances, pourrait mettre en péril toutes les autres qui lui sont interconnectées. Des chercheurs en informatique, Charles Cuvelliez et Jean-Jacques Quisquater, ont ainsi rendu compte d'un rapport alarmant de la BCE sur la sécurité informatique des banques qu'elle supervise.
- Alors que le risque cyber s'accroit, le budget informatique des banques pour l'innovation et la gestion de la sécurité stagne depuis quelques années à 21 % de la moyenne, le budget étant souvent corrélé directement au nombre d'administrateurs dotés d'une expertise en informatique. Ainsi le rapport de la BCE émis en juillet 2020 concluait que les banques étaient trop confiantes dans leur capacité de résilience et de résistance aux attaques informatiques et que l'un des points de vulnérabilité majeur portait sur l'externalisation d'activités liées aux technologies d'information et de communication (ICT).

QUE FAIT L'EUROPE FACE A LA RECRUDESCENCE DES ATTAQUES ?

- Au-delà de sanctionner les pirates, comme elle l'a entrepris cet été pour la première fois contre des attaquants russes, chinois et nord-coréens responsables des attaques WannaCry, NotPetya, et Operation Cloud Hopper, l'Europe se doit de renforcer ses dispositions règlementaires (directive NIS), et outils du Cyberact par une collaboration européenne d'ampleur.
- Le 29 septembre dernier, Guillaume Poupard nous annonçait l'initiative CyCLONe pour un plan d'action de réponse en cas d'incident cyber d'ampleur ou de crise transfrontalière....
- **Pour prévenir le risque systémique bancaire** qui pourrait résulter dans un incident majeur pouvant déstabiliser l'économie européenne et sa souveraineté, l'Europe veut renforcer la prévention du cyber risque dans l'ensemble de l'écosystème financier et des paiements par des règles communes applicables à tous au travers d'un nouveau règlement sectoriel. Ce **nouveau projet de règlement** a été présenté le 24 septembre dernier.



QUE FAIT L'EUROPE FACE A LA RECRUDESCENCE DES ATTAQUES ?

Qui est concerné ?

- **L'écosystème financier au sens large** : pas seulement les prestataires de service de paiement (les fournisseurs de services de cryptoactifs inclus) mais aussi les fonds d'investissement, les fonds de pension, les acteurs de l'assurance et leurs intermédiaires, les acteurs de l'audit, …

"To ensure consistency around the ICT risk management requirements applicable to the financial sector, the regulation covers a range of financial entities regulated at Union level, namely credit institutions, payment institutions, electronic money institutions, investment firms, crypto-asset service providers, central securities depositories, central counterparties, trading venues, trade repositories, managers of alternative investment funds and management companies, data reporting service providers, insurance and reinsurance undertakings, insurance intermediaries, reinsurance intermediaries and ancillary insurance intermediaries, institutions for occupational retirement pensions, credit rating agencies, statutory auditors and audit firms, administrators of critical benchmarks and crowdfunding service providers."

- **Ce projet de règlement vise également un acteur non financier mais clé : le fournisseur tiers de technologies ICT,** y compris les fournisseurs de solutions cloud. Le règlement vise en particulier les

fournisseurs ICT critiques pour lesquels une supervision européenne sera assurée directement par les membres de l'ESA (comité réunissant les 3 autorités de supervision européennes suivantes : European Banking Authority, European Securities and Markets Authority, European Insurance and Occupational Pensions Authority).

"Criticial ICT third-party service provider : The total value of assets of financial entities making use of the services of that critical ICT third-party service provider and which are covered by one of the Regulations (EU) No 1093/2010 (EU), No 1094/2010 or (EU) No 1095/2010 respectively, represents more than a half of the value of the total assets of all financial entities making use of the services of the critical ICT third-party service provider, as evidenced by the consolidated balance sheets, or the individual balance sheets where balance sheets are not consolidated, of those financial entities."

- **Qui n'est pas concerné ?** Ne sont pas concernés (pour l'instant) les systèmes de paiement et règlements de titre (SFD) et leurs acteurs s'ils ne sont soumis au règlement par leurs propres activités.

Les grands thèmes du futur règlement ?

- **La gouvernance :** L'objet du règlement est d'engager la responsabilité pleine et entière du management dans le risque ICT. C'est au management de l'entité de définir les rôles, les responsabilités, l'engagement d'audit et de supervision du risque, les procédures de contrôle et d'approbation, et de fournir les moyens (investissements humains, formation).
- **Les exigences de conformité ICT**, à l'état de l'art de la prévention des risques, la détection du risque, de la gestion des incidents avérés, avec en particulier un plan de résilience et reprise d'activité bien définis.
- **Une harmonisation et rationalisation du reporting** des incidents ICT.
- **Des tests de résilience opérationnelle.**
- **La gestion du fournisseur de technologies ICT :** aspect contractuel, cadre de surveillance, règles de coopération entre les autorités et règles de supervision.
- **La supervision par l'ESA des fournisseurs ICT critiques :** modalités et astreintes financières si non-respect des règles de mise à disposition de la documentation et demandes d'information, d'inspection et d'audit, rapports de plans de remédiation.
- **Le partage d'information.**

Quelles seraient les prochaines étapes ?

- La définition de RTS, standards techniques par l'ESA avec consultation de l'ENISA.
- L'étude de faisabilité d'une centralisation des reportings d'incidents avec la création d'un hub européen.

Source : Galitt, Regulation on digital operational resilience for the financial sector

EUROPEAN COMMISSION

Brussels, 24.9.2020
COM(2020) 595 final

2020/0266 (COD)

Proposal for a

REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL

on digital operational resilience for the financial sector and amending Regulations (EC) No 1060/2009, (EU) No 648/2012, (EU) No 600/2014 and (EU) No 909/2014

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Le débat sur l'IA continue : droit souple ou règlement pour 2021 ?

Europe

LES FAITS

- Le 8 octobre dernier, 13 pays de l'Union Européenne, dont la France, ont suivi l'initiative du Danemark pour solliciter la Commission Européenne sur le sujet de l'Intelligence Artificielle (IA). Ces 13 pays appellent de leurs vœux **un droit souple (« *soft law* ») et non pas un règlement** pour encadrer le développement des solutions à base d'Intelligence Artificielle. Cette proposition de régulation ouverte, quel que soit le secteur d'activité (donc paiement et bancaire compris), se baserait sur des standards auxquels les acteurs pourraient se référer avec des processus volontaires de certification ou de labellisation. Ce droit souple permettrait **d'éviter les barrières à l'innovation**.

Extrait :

"We should turn to soft law solutions such as self-regulation, voluntary labelling and other voluntary practices as well as robust standardisation process as a supplement to existing legislation that ensures that essential safety and security standards are met,"

"Along with Denmark, the paper has also been signed by Belgium, the Czech Republic, Finland, France Estonia, Ireland, Latvia, Luxembourg, the Netherlands, Poland, Portugal, Spain and Sweden."

NOTRE DECRYPTAGE

- Cette position rejoint la position du 18 mai 2020 de la commission LIBE (Civil Liberties, Justice and Home Affairs) du parlement européen qui considère comme prématurée l'instauration d'un cadre règlementaire contraint. La commission LIBE oriente donc aussi vers un droit souple pour instaurer des principes éthiques de conception ("*ethics-by-default and by design*"), en cohérence par défaut avec les principes de la charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne.

- **Mais ces propositions de droit souple vont à l'encontre de la volonté exprimée par la Commission Européenne** dans son livre blanc de février 2020 (« *On Artificial Intelligence - A European approach to excellence and trust* »). Ce livre blanc oriente en effet vers un règlement pour encadrer les solutions à base d'intelligence artificielle dites à haut risque, y compris dans des activités de secteur critique (police, santé, transport…). L'Europe souhaite légiférer en spécifiant des exigences sur les données d'entraînement, les données et leur conservation, l'information à communiquer, la robustesse et la précision, le contrôle humain, ceci **pour renforcer la confiance dans cette technologie innovante qui doit être au service de l'humain.** L'Allemagne, qui assure la présidence de la Commission Européenne, souhaite même élargir ce projet de règlement au-delà des cas à haut risque, en particulier au regard des enjeux de sécurité et de protection de la vie privée.

- **La protection de la vie privée est en effet au cœur du débat** : le RGPD n'interdit pas le recours à l'IA mais n'a pas suffisamment précisé le cadre juridique lié aux algorithmes et le critère d'un usage raisonnable et proportionné des données d'inférence. Le rapport de juin 2020 du parlement européen sur l'impact du RGPD sur l'IA en témoigne. Ce rapport réalisé par le STOA (*Scientific Foresight Unit*) invite, outre à clarifier ces points, à solliciter obligatoirement l'avis d'une autorité de contrôle (DPA : Data Privacy Authority) pour chaque analyse d'impact vie privée de solutions à base d'IA traitant des données personnelles. Ce qui irait dans le sens d'un contrôle règlementaire systématique des mesures techniques et organisationnelles mises en place par le responsable de traitement et les sous-traitants.

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

Figure 2 – AI and big data: Challenges to GPDR

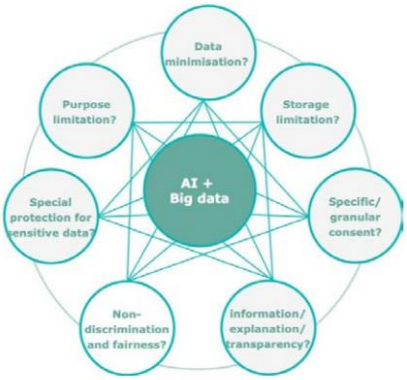
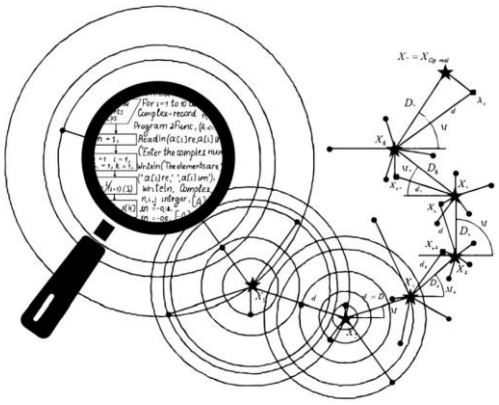


Figure 1 – AI and big data: Goals for GDPR

- En France, le rapport commun de la CNIL et du défenseur des droits, publié début juin 2020, sur les enjeux éthiques des algorithmes et de l'intelligence artificielle, propose également d'aller plus loin que le RGPD sur les exigences légales d'information, de transparence et d'explicabilité des algorithmes, mais aussi sur le contrôle des algorithmes afin d'éviter tout risque de discrimination au fil des encodages successifs. Les autorités françaises proposent de suivre le modèle canadien, qui impose au secteur public depuis le 1er avril 2020 une évaluation systématique de l'incidence algorithmique intégrée à leur analyse d'impact vie privée.



QU'EN EST-IL POUR LES BANQUES ?

Dès début 2020, l'autorité bancaire européenne (ABE) avait bien identifié ces challenges liés à l'IA. Le prérequis de confiance requiert d'accompagner l'utilisation de ces technologies d'IA par des mesures de prévention des biais de calcul, de transparence et d'applicabilité des calculs, d'une bonne qualité des données, et de la protection des consommateurs.

L'intérêt de l'usage de l'IA pour le domaine bancaire et des paiements est en effet grandissant :

- **Pour la cybersécurité** : Le recours à l'IA pour la cyber-sécurité peut-être d'un intérêt certain pour le secteur bancaire. Cependant certains acteurs modèrent cet enthousiasme dans l'efficacité des algorithmes, car des cybercriminels de plus en plus affûtés pourraient directement attaquer les processus algorithmiques eux-mêmes… Sur ce sujet, nous noterons avec intérêt que Mastercard a rejoint le groupe de travail lancé par l'ENISA (Agence de l'Union Européenne pour la cyber-sécurité) pour traiter des challenges de cyber-sécurité des technologies IA.

- **Pour la conformité RGPD :** L'IA peut être un outil RGPD pour la classification des données structurées et non structurées, étape essentielle pour une cartographie des données de l'ensemble du système d'information afin de respecter les principes du RGPD et les droits des clients (demandes d'accès …).

ADN'co est un cabinet de conseil spécialisé dans les paiements et les services financiers, acquis en 2020 par Galitt

- **Pour la lutte contre la fraude** : Outre atlantique, Visa dévoilait cet été un outil de prévention de la fraude au crédit à base d'IA. En France, nos experts IA ne sont pas en reste. Par exemple, Bleckwen, spin-off d'Ercom (financée mi-2019 par un tour de table de 9 M€ auquel a participé Bpifrance) a développé en partenariat avec BNP Paribas une solution pour lutter contre la fraude avec un outil facile à utiliser, paramétrer et contrôler par les banques, sans besoin d'expertise en data-science.

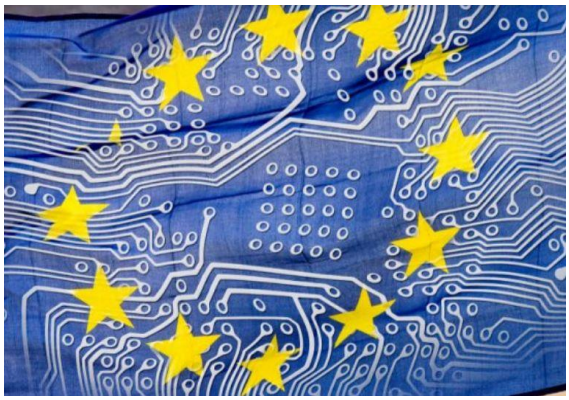
- **Pour le KYC et la conformité AMLD**.

- **Pour l'authentification par reconnaissance faciale :** L'identification à distance du client (pour le eKYC, la signature électronique) et le process d'authentification (facteur d'inhérence pour la conformité à l'authentification forte RTS/DSP2) sont deux parcours bancaires pour lesquels la reconnaissance faciale est un processus d'authentification biométrique avec comparaison d'une photo sur un support existant, avec celle saisie à l'instant, sous le contrôle de l'utilisateur. Ce support existant peut être matériel, via un titre d'identité, ou immatériel, comme un téléphone mobile.

- **Pour l'identification biométrique :** l'identification biométrique d'une personne procède par comparaison de sa caractéristique physique (exemple son visage) avec l'ensemble des modèles (gabarits) biométriques stockés dans une base de donnée. Toutefois, au regard des risques, la proportionnalité d'une telle identification biométrique pourrait être remise en cause et doit faire l'objet d'une validation d'impact vie privée, au cas par cas, par les autorités européennes ou nationales. La CNIL vient de publier pour le cas d'usage aéroport, une position qui va dans ce sens et qui privilégie l'authentification à l'identification, pour le respect du principe privacy by design. Dans le cadre du futur règlement sur l'IA souhaité par la Commission Européenne, l'identification biométrique faciale automatique, dite « *live facial recognition* », pourrait même faire l'objet dès 2021 d'un moratoire, voire d'une interdiction, dans le cas où elle serait utilisée dans l'espace public. Les biais discriminants et de fiabilité, voire la maturité insuffisante des technologies IA associées, accroissent les risques déjà très élevés de l'identification biométrique faciale sur les personnes, personnes dont la vie privée est protégée par l'article 8 de la convention européenne des droits de l'homme.

Extrait :

Le directeur de la Cnil européenne, Wojciech Wiewiórowski, a déclaré qu'il "essaiera de convaincre la Commission qu'un tel moratoire peut être utile dans de nombreuses situations où les technologies ne sont pas assez matures ou pas assez discutées pour élargir leur utilisation aux espaces publics".



Source : Galitt, Euractiv