



Les faits marquants du mois

Paiement – Des enjeux de souveraineté et de concurrence

- **ROYAUME-UNI** – Amazon met la pression sur Visa
- **COREE DU SUD** – Google contraint d'ouvrir son système de paiement in-app
- **EUROPE** – EPI : un succès en demi-teinte

Alors que les banques européennes font le choix de l'indépendance et de la souveraineté européenne en officialisant le lancement d'EPI (European Payment Initiative), la Corée du Sud ouvre une brèche dans laquelle d'autres pays pourraient s'engouffrer pour réaffirmer les principes concurrentiels relatifs au paiement in-app, des plateformes telles que Google ou Apple. Si le régulateur peut jouer un rôle significatif dans la mise en place d'un cadre concurrentiel plus équilibré pour l'avenir, les acteurs privés ont eux aussi jouer un rôle à jouer ; C'est ce rôle que s'est octroyé Amazon dans une démonstration de force qui l'oppose au schéma de cartes Visa au Royaume-Uni, où la plateforme de e-commerce a tout simplement déréférencé les cartes de crédit Visa de son système de paiement au motif que les frais bancaires de ce dernier étaient trop élevés. Pour les grands détaillants, tels qu'Amazon, qui vendent des articles avec des marges bénéficiaires extrêmement minces, les hausses de frais rendent le maintien de l'acceptation de leurs cartes de crédit commercialement non viable. Ce coup de tonnerre aura probablement des répercussions. Il pourrait notamment inspirer d'autres acteurs de l'e-commerce et les banques à s'appuyer sur le foisonnement d'initiatives alternatives en matière de paiement pour accélérer l'avènement d'une nouvelle ère.

Paiement intégré – L'intégration des paiements comme moteur d'innovation

- **ETATS-UNIS** – MasterCard et Adobe transforment les signatures en paiements
- **FRANCE** – Stripe installe le paiement au sein des chatbots
- **ETATS-UNIS** – Volume optimise le paiement en 1 clic
- **EUROPE** – Daimler et Visa installent le paiement in-car par empreintes digitales

Le paiement est la première brique des activités bancaires à avoir été intégrée au sein d'environnement tiers. La simplification des processus et des logiciels a permis une plus grande flexibilité qui se traduit aujourd'hui par une forte poussée d'innovation en termes de paiements intégrés. Que ce soit via le paiement de compte à compte ou bien du paiement direct depuis la facture télécom ou encore du Request to Pay, les innovations ne manquent pas pour proposer aux consommateurs de nouvelles solutions qui facilitent le parcours d'achat, la gestion des factures ou bien même l'automatisation des processus de décaissement. C'est le sens du partenariat entre Adobe et Mastercard qui permet de déclencher un paiement via Mastercard Send par la validation des documents et leur signature par Adobe Sign. Cette initiative met aussi en lumière l'importance grandissante de la vérification de l'identité et de la signature électronique dans l'acte de paiement. D'autres acteurs comme Volume mettent davantage l'accent sur les économies que peuvent générer le paiement de compte à compte et promettent une expérience complètement fluide. L'expérience utilisateur est au cœur de toutes ces nouvelles solutions. C'est dans cette optique que Daimler et Visa se sont associés pour développer le paiement biométrique dans les derniers modèles du constructeur qui transforment le véhicule en un nouveau support d'authentification et de paiement autonome.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
CARTES	3
MasterCard table sur le local en faveur de l'inclusion financière	3
SERVICES MOBILES	5
Starling Bank relie gestion des factures et épargne	5
Square veut conquérir les adolescents	7
GoTo illustre tout le potentiel des super-app	10
PAIEMENT B2B	12
SumUp ouvre ses premiers comptes pour les professionnels	12
PAIEMENT FRACTIONNE	14
L'UCF-Que Choisir souligne les risques du BNPL	14
Defacto veut adapter le paiement en n fois aux besoins des professionnels	16
E-COMMERCE, E-PAYMENT	18
Amazon acceptera les paiements par Venmo	18
Stripe installe le paiement au sein des chatbots	20
L'achat en ligne est devenu une habitude selon un sondage Adyen/Ipsos	22
TPE, ENCAISSEMENT, MPOS	24
BNP Paribas encaisse les pourboires par carte grâce à une FinTech	24
Worldline rend ses TPE compatibles avec Payconiq	26
Stripe étend sa présence physique en Europe	28
TSP (TITRES SPECIAUX DE PAIEMENT)	30
Avec Bimpli, Natixis crée une nouvelle référence pour les avantages aux salariés	30
VIREMENTS / INITIATION DE PAIEMENT	32
Volume optimise le paiement en 1 clic	32
OBJETS, VOITURES CONNECTEES	34
Daimler et Visa installent le paiement in-car par empreintes digitales	34
STRATEGIE D'ACTEURS	36
MasterCard s'apprête à mettre fin à sa gamme Maestro	36
Google contraint d'ouvrir son système de paiement in-app	38
Amazon met la pression sur Visa	40
BLOCKCHAIN ET MONNAIES VIRTUELLES	42
La MNBC nigériane dépasse le pilote pour se lancer officiellement	42
Commonwealth Bank se lance dans les crypto-services	44
"Objectif Lune" pour Binance et France FinTech	46
Qonto s'ouvre prudemment aux cryptomonnaies	48
FRAUDE	50
Evina sécurise le paiement mobile des opérateurs télécom	50
IDENTITE NUMERIQUE ET BIOMETRIE	52
MasterCard et Adobe transforment les signatures en paiements	52

Cartes

MasterCard table sur le local en faveur de l'inclusion financière

Paielement – Etats-Unis – 17/11/2021

[MasterCard](#) vient de signer un nouveau partenariat très local avec la FinTech [MoCafi](#) et le programme Crescent City Card de la [ville de la Nouvelle-Orléans](#). L'inclusion financière et l'accès aux services urbains et sociaux sont au cœur de ce programme illustrant les capacités multi-services des cartes de paiement.

LES FAITS

- Le nouvel engagement de MasterCard au côté de la ville de la Nouvelle-Orléans prendra la forme d'un programme de cartes conçues spécifiquement pour lutter contre la sous-bancarisation et aider les bénéficiaires à accéder à différents services sociaux et pratiques.
- La municipalité locale, dirigée par LaToya Cantrell, a débloqué une aide de 500 000 dollars afin d'intégrer 125 jeunes locaux au programme de revenu garanti de la Nouvelle-Orléans. A partir de décembre prochain, ces derniers recevront 350 dollars par mois pendant dix mois, directement chargés sur une carte MoCaFi et MasterCard.
- La technologie sans contact supportée par la carte leur donnera aussi accès aux centres de loisirs de la ville, aux bibliothèques, parcs ainsi qu'aux services de transports publics.
- La carte devrait par la suite être plus largement déployée, à partir du printemps ou de l'été 2022.

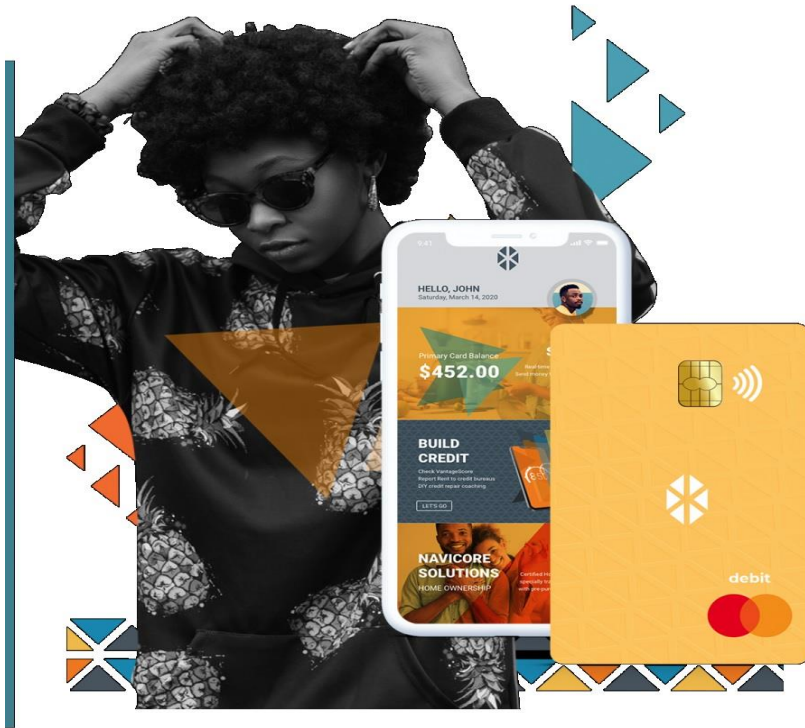
ENJEUX

- **Réduire les inégalités** : Selon la maire de la ville de la Nouvelle-Orléans, durement touchée par les catastrophes naturelles, cette nouvelle carte est un moyen d'inclure les non bancarisés, de leur offrir un moyen d'accès aux aides et aux services locaux favorisant leur intégration.
- **Promouvoir l'inclusion à l'échelle nationale** : La Nouvelle-Orléans est l'une des sept villes supportées par l'initiative « In Solidarity » de Mastercard, à travers laquelle la société de paiement a débloqué 500 millions de dollars avec l'objectif de réduire les inégalités aux Etats-Unis.
- **Etendre un partenariat** : MasterCard travaille de longue date avec MoCaFi et [participait](#) notamment à son soutien financier en février dernier. A cette date, les deux associés prévoient déjà d'étendre leurs travaux communs en faveur du soutien des initiatives d'assistance sociale locale.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si les moyens de paiements numériques se développent, la carte reste un modèle incontestable actuellement sur le marché du paiement, et des services associés.
- Une nouvelle fois, MasterCard en fait aujourd'hui la démonstration. La carte reste un support de services au sens large, incluant le paiement dans des initiatives plus larges de soutien des populations locales, de prestations sociales ou d'accès aux services.
- Les initiatives en ce sens ne manquent pas, en [France](#) comme plus largement en [Europe](#) et dans le [monde](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Services mobiles

Starling Bank relie gestion des factures et épargne

Paiement – Royaume-Uni – 08/11/2021

[Starling Bank](#) a présenté une nouvelle fonctionnalité visant à aider ses clients à mieux gérer leur budget. C'est sur leur épargne que la néo-banque britannique leur propose aujourd'hui de s'appuyer pour automatiser le paiement de leurs factures. Elle fait évoluer le PFM en faveur d'une plus grande planification, à l'inverse de la tendance actuelle marquée par l'instantanéité financière.

LES FAITS

- Le nouveau service lancé par Starling Bank a été baptisé Bill Manager. Son principe est simple : rétablir le réflexe de prévoyance et d'épargne, en faveur d'une gestion plus modérée des finances.
- Bill Manager fait ainsi correspondre le paiement des factures récurrentes due par les clients de Starling Bank à une partie de leur épargne.
- Le paiement des factures est ainsi réalisé non plus depuis le compte courant des clients mais depuis un espace épargne spécifique.
- Le service incite donc les clients en amont, afin qu'ils allouent une partie de leur finance au paiement de leurs futures factures et autres prélèvements récurrents : loyers, abonnements et autres services d'énergie par exemple.
- Pour créer un espace d'épargne rattaché à Bill Manager, les clients de Starling Bank doivent :
 - accéder à leur espace épargne,
 - cliquer sur le bouton "Gérer l'espace",
 - cliquer sur une nouvelle fonctionnalité : "Payer les factures depuis cet espace".
- Une notification est envoyée au moment des paiements. Un onglet permet par ailleurs de consulter l'ensemble des dernières transactions passées depuis un "Espace" rattaché au service Bill Manager.
- Si un "Espace" manque de fonds, Bill Manager envoie des notifications au client Starling Bank en amont de son prélèvement ou de la date de paiement de sa facture. Les paiements seront rejetés si l'Espace n'est pas réalimenté.

ENJEUX

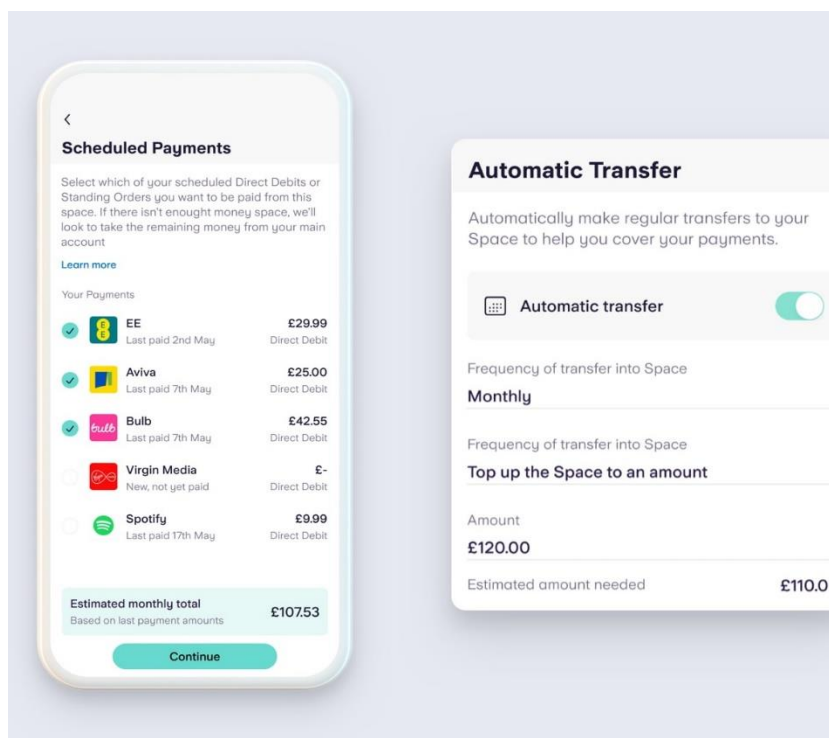
- **Un service co-créé** : Alors que les "Espaces" d'épargne représentent l'un des services les plus sollicités par les clients Starling Bank, la néo-banque précise que le lancement de Bill Manager est une réponse aux attentes de ces mêmes clients, désireux de profiter d'une solution optimisée de prévention financière et de gestion de leurs factures.
- **Repenser la gestion des finances du quotidien** : Sur le fond, Starling ouvre la possibilité de débiter automatiquement un compte épargne. Dans la forme, le nouveau service de Starling Bank repose sur la création de sous-espaces d'épargne, un service assez courant et plébiscité chez les néo-banques. Ces comptes sont souvent orientés vers la finalité de l'épargne, l'originalité de ce nouveau service est de l'utiliser à des fins de gestion budgétaire.

- **Rattraper la concurrence** : Le principal concurrent de Starling Bank, Monzo, propose une [fonctionnalité](#) similaire depuis plusieurs mois. Mais une partie de ce service est intégré à son offre Monzo Plus et s'avère donc payante. Starling propose sa nouvelle fonctionnalité gratuitement.
- **Moins d'instantanéité, plus de pondération** : Alors que l'une des principales tendances financières actuelles est celle du BNPL, Starling Bank renverse les nouvelles habitudes pour promouvoir une plus grande anticipation des dépenses personnelles. Car si le paiement fractionné promet de redonner du pouvoir d'achat, cette pratique favorise surtout un risque accru de surconsommation et de surendettement.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les critiques [augmentent](#) au fil de la multiplication des offres pour souligner les risques du BNPL. Avec son nouveau service, Starling Bank tente de remettre la raison au cœur de la gestion financière en rappelant que l'épargne représente un outil majeur de prévention des risques.
- D'autres acteurs s'engagent d'ailleurs dans cette voie, à l'image de la FinTech [Accrue Savings](#) dont l'ensemble de l'offre est conçu comme une réponse "anti BNPL".

Source : [Communiqué de presse](#)



Square veut conquérir les adolescents

Paiement – Etats-Unis – 10/11/2021

Square, l'acteur américain qui fournit des solutions d'encaissement, mais qui est aussi à l'origine de [Cash App](#), l'application de paiement P2P la plus populaire aux Etats-unis vient d'annoncer son ouverture à destination d'une nouvelle cible, les adolescents. Avec ce nouveau positionnement, Square capitalise sur une solution qui correspond parfaitement à cette nouvelle cible pour étendre ses capacités d'acquisition et conforter son avance sur le marché américain.

LES FAITS

- L'application Cash de Square pourra désormais être aussi utilisée par les [adolescents](#), sous le contrôle de leurs parents.
- Les 13 à 17 ans sont particulièrement ciblés par Square aujourd'hui dans le cadre de l'ouverture de son offre.
- Ils pourront désormais ouvrir leur propre compte pour :
 - dépenser de l'argent via une carte de débit reliée, Apple Pay ou Google Pay,
 - réaliser des paiements entre amis,
 - suivre leurs finances,
 - réaliser des retraits d'argent.
- Les adolescents sont néanmoins considérés comme de simples utilisateurs du service Cash App. Leurs parents ou représentants légaux resteront les titulaires de leur compte. En tant que gestionnaires officiels, ces administrateurs pourront notamment :
 - suivre les dépenses de leurs adolescents grâce à un relevé mensuel,
 - activer ou désactiver la carte ou le compte de leurs adolescents à distance, via une assistance dédiée.
- L'usage des moyens de paiements rattachés au compte des adolescents les plus jeunes peut être bloqués auprès de certains commerçants non autorisés tels que les bars, revendeurs d'alcool ou de cigarettes, les boîtes de nuit, les maisons de jeux, les sociétés de location de voiture ou les hôtels par exemple.
- Le compte Cash App pour adolescents table sur un modèle de base gratuit et sur des options payantes, notamment en matière de personnalisation. Les clients de l'offre pourront ainsi opter pour une carte de débit classique, en noir ou en blanc, ou bien choisir de la personnaliser en optant par exemple pour une édition limitée facturée 5 dollars.
- Certaines fonctionnalités seront par ailleurs bloquées aux plus jeunes utilisateurs, tels que les services d'investissements dans les crypto-actifs (pour l'instant), les paiements transfrontaliers ou les dépôts de chèques par exemple.

ENJEUX

- **Profiter d'un marché porteur:** Square se positionne alors que de nombreuses offres alternatives ont d'ores et déjà fait de la cible des adolescents leur cœur de métier. Mais l'ex-spécialiste de l'encaissement, qui a beaucoup étoffé son offre, cherche à gagner des parts de marché sur une

catégorie de clients qui, une fois fidélisée, représente une source de renouvellement pour l'ensemble du portefeuille clients.

- **Doubler la concurrence** : Aux Etats-Unis, le principal concurrent de Cash App est [Venmo](#). Or cette filiale de PayPal n'est pas ouverte aux mineurs pour le moment. Et c'est grâce à son positionnement auprès des plus jeunes que Square envisage aujourd'hui de gagner des parts de marché.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'application Cash de Square a généré 1,8 milliard de dollars de revenus Bitcoin au troisième trimestre (+115 % en un an) et 42 millions de dollars de bénéfice brut (+29% sur un an). Les observateurs du marché espéraient néanmoins un chiffre d'affaire supérieur au 3,84 milliards de dollars annoncés par Square pour le trimestre. L'action de Square a donc légèrement reculée à l'annonce de ces résultats.
- Le géant du paiement compte désormais sur Cash App pour assurer son expansion. Square précise d'ailleurs rassembler plus de 40 millions d'utilisateurs actifs par mois pour Cash App, et compter sur les 20 millions d'adolescents américains pour faire encore grandir ce portefeuille.
- Cette croissance à l'international pourrait par ailleurs se concrétiser en Europe où Square a racheté une application similaire à Cash App en Espagne, Verse, qui pourrait préfigurer le lancement de cette solution sur le sol européen.
- Parallèlement, l'offre bancaire de Square était [annoncée](#) pour 2021. En juillet dernier, la [concrétisation](#) de ce projet de longue date avait finalement lieu aux Etats-Unis.

Source : [Techcrunch](#)

Cash App

NOW AVAILABLE TO EVERYONE 13+

Scan to get Cash App

Grow in the dark - \$5

Order Card - \$5

The advertisement features a central graphic with a light blue and purple background. It shows four hands holding smartphones. The top-left phone displays a green screen with '\$15'. The top-right phone shows a balance of '\$325.00'. The bottom-left phone displays a Visa card. The bottom-right phone shows a 'Grow in the dark' feature with a green plant icon and a '\$5' amount. In the center, there is a QR code with a green '\$' symbol and the text 'Scan to get Cash App'. The main headline 'NOW AVAILABLE TO EVERYONE 13+' is written in large, bold, pink letters. The Cash App logo is positioned above the headline.

GoTo illustre tout le potentiel des super-app

Paiement – Indonésie – 12/11/2021

Le modèle asiatique des [super-app](#) peut compter sur une nouvelle référence. Fruit d'une association entre les deux géants [Gojek](#), pour la mobilité, et [Tokopedia](#), pour l'e-commerce, GoTo illustre une alternative non plus basée sur une offre de paiement pour promouvoir le multi-services aux yeux des clients finaux.

LES FAITS

- La fusion entre Gojek, la Licorne indonésienne à l'origine spécialiste du VTC, et l'e-commerçant Tokopedia était annoncé en mai dernier.
- Les deux géants promettaient alors de créer un monstre commun, [GoTo](#), prenant la forme d'une super-app multi-services.
- Au programme, les utilisateurs de GoTo peuvent accéder depuis un espace unique à un vaste panel d'offres diversifiées :
 - la livraison de colis et de nourriture,
 - des divertissements en ligne,
 - un service VTC,
 - un programme de fidélisation,
 - une offre e-commerce,
 - des services financiers (paiement en n fois, assurance et autres placements).
- Les deux partenaires viennent d'annoncer que les comptes existants Gojek et Tokopedia pouvaient désormais être connectés afin de renforcer l'intégration des deux services et le passage de leurs clients vers l'application GoTo.
- Le porte-feuille électronique GoPay devient intéropérable et permet indifféremment de régler des achats sur les deux plate-formes qui coexistent malgré la création de GoTo pour le moment.

ENJEUX

- **Imposer son modèle** : L'association de Gojek et Tokopedia est une alliance de force pour leur permettre de faire face à d'autres géants, considérés comme leurs principaux concurrents respectifs : [Grab](#) ou [Shopee](#). GoTo a d'ailleurs réussi son pari puisque la super-app est parvenue à attirer des soutiens financiers majeurs, et notamment celui du principal fonds souverain émirati et mondial, l'Abu Dhabi Investment Authority, pour un montant de près de 400 millions de dollars.
- **Assurer un IPO majeure** : Aujourd'hui, GoTo serait valorisée quelques 28,5 milliards de dollars selon Reuters. La super-app prévoit de réaliser son introduction en Bourse depuis quelques mois mais ses ambitions devraient se concrétiser prochainement à Jakarta. L'entreprise cible la Bourse de New York pour 2022.

MISE EN PERSPECTIVE

- En Chine comme aux Etats-Unis ou en Europe, le paiement est considéré comme une pierre angulaire pour la création des super-apps. Les références mondiales à ce jour sont ainsi [Alipay](#) ou [WeChat Pay](#),

alors que les occidentaux tablent actuellement sur les offres en construction de [PayPal](#), [Klarna](#) ou [Revolut](#).

- GoTo n'accorde pas cette place centrale au paiement, préférant replacer cette offre comme un outil au service de l'ensemble des solutions proposées par sa super-app.

Source : [Blog](#)

Paielement B2B

SumUp ouvre ses premiers comptes pour les professionnels

Paielement – Europe – 18/11/2021

La FinTech d'origine britannique [SumUp](#), spécialisée dans l'encaissement mobile à destination des petits professionnels et des indépendants, poursuit aujourd'hui sa diversification. Elle présente cette fois une offre de compte dédiée aux professionnels, pour concurrencer les néo-banques auprès de ses clients existants et proposer un véritable écosystème complet autour de ses solutions de paiement dédié au segment des marchands. SumUp pivote ainsi vers un modèle bien plus ambitieux que son cœur de métier initial.

LES FAITS

- SumUp vient donc d'annoncer le lancement d'une nouvelle offre de [compte pro](#), lancée simultanément en France et en Europe.
- La principale cible de cette offre est celle des professionnels, commerçants et artisans en tête.
- De l'ouverture à la gestion, ce nouveau compte "bancaire" sans banque sera accessible en ligne ou depuis un mobile et permettra à ses utilisateurs de gérer leur argent depuis un espace unique, rattaché à leur outil d'encaissement SumUp.
- Le nouveau compte professionnel SumUp est ainsi présenté comme un outil :
 - de banque sans banque, permettant de recevoir un IBAN et une carte MasterCard,
 - de liaison entre tous les services de SumUp (terminaux de paiement, facturation, carte SumUp, paiement par lien),
 - d'accélération du traitement des transactions (les fonds encaissés sont accessibles le lendemain de l'enregistrement des transactions),
 - de fluidification des liquidités (avec la possibilité de réaliser des virements SEPA instantanés ou des règlements de facture).
- L'ouverture de compte SumUp est gratuite, la gestion du compte et des opérations ne sont soumis à aucun frais.

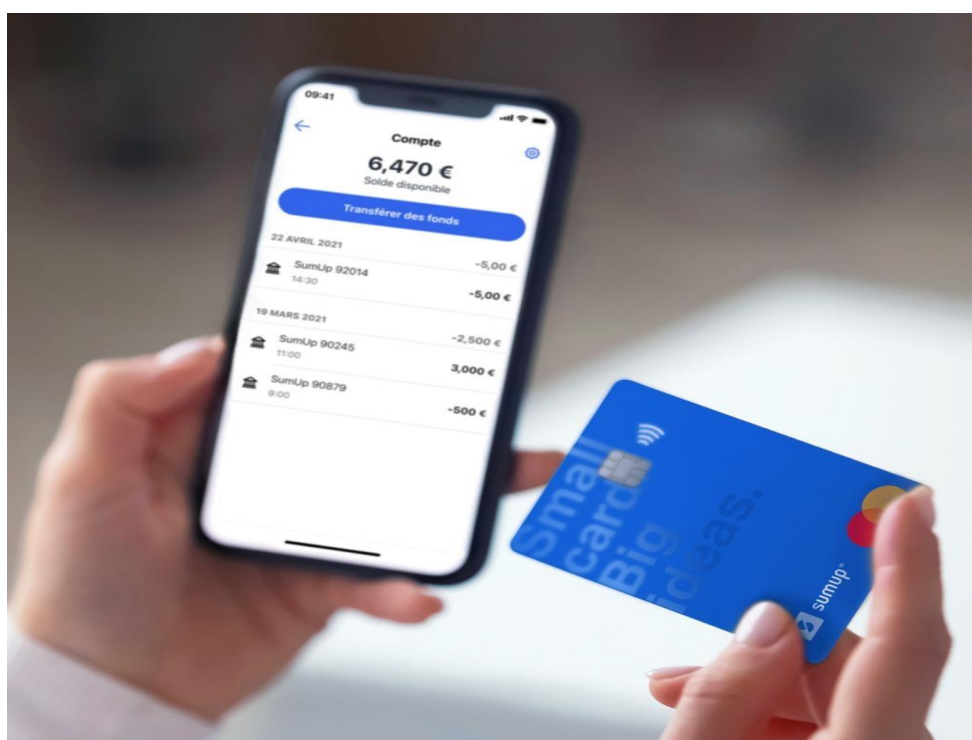
ENJEUX

- **Une banque sans banque** : SumUp ne s'appuie sur aucun partenariat bancaire pour proposer sa nouvelle offre. La FinTech profite de son statut d'établissement de monnaie électronique réglementé par la Banque centrale d'Irlande pour proposer un compte de monnaie électronique associé à ses autres services, alternative aux comptes bancaires traditionnels donc.
- **Un point central de la diversification** : SumUp présente son nouveau compte comme l'outil pivot de l'ensemble de ses services. Bien plus que le paiement, la FinTech s'est en effet engagée dans la multiplication de ses services au fil des ans. De [l'encaissement](#) simple, SumUp a aussi lancé une [carte](#) en partenariat avec MasterCard avant de compléter son offre avec [Holvi](#) pour finalement lancer sa propre [offre e-commerce](#).

MISE EN PERSPECTIVE

- La levée de fonds réalisée par SumUp en mars dernier représente une étape charnière de la stratégie de la FinTech. Elle annonçait alors vouloir accélérer sa croissance en lançant de nouveaux produits et en multipliant les acquisitions.
- Elle concrétise aujourd'hui un peu plus sa stratégie, en accélérant le mouvement. Car si la FinTech a laissé passer près de trois ans entre le rachat de [shoplo](#) et le lancement de son offre e-commerce, elle n'aura attendu que quelques mois pour concrétiser son rachat de [Paysolut](#) pour lancer son compte professionnel.
- Et cet appétit semble loin d'être satisfait puisque SumUp vient aussi de mettre la main sur [Fivestars](#) pour accélérer autant son expansion géographique que la multiplication de ses services.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement fractionné

L'UCF-Que Choisir souligne les risques du BNPL

Paiement – France – 05/11/2021

Face à la montée en puissance du [BNPL](#) en France, l'[UCF-Que Choisir](#) s'est intéressée aux risques potentiels découlant de cette facilité de paiement alors même qu'aucune réglementation claire n'encadre pour l'instant cette nouvelle forme d'alternative entre paiement et crédit.

LES FAITS

- UFC-Que Choisir cible aujourd'hui particulièrement les offres de paiement fractionné de petit montant, soient inférieurs à 200 euros.
- Sans encadrement légal, ces services sont considérés comme risqués pour les petits consommateurs. L'association réclame que différents aménagements soient pris concernant notamment :
 - les règles de publicité sur ce genre de facilités de paiement,
 - l'obligation d'information pour les utilisateurs de ces services,
 - l'évaluation préalable de la solvabilité des emprunteurs.
- D'autant que les services, gratuits, sont néanmoins soumis à des frais en cas de retard de remboursement. L'UCF-Que Choisir estime même que ces pénalités peuvent atteindre 30 ou 40 % du capital restant dû.
- Le principal risque demeure par ailleurs celui du surendettement. La Banque de France a enregistré près de 55 000 dossiers de surendettement au cours des cinq premiers mois de l'année 2021, soit 37 % de plus que l'année précédente.
- L'UCF-Que Choisir appelle aujourd'hui le gouvernement français à profiter de la révision de la directive européenne sur le crédit à la consommation prévue en 2022, pour supprimer les seuils et de soumettre ainsi les prêts BNPL aux règles de protection des consommateurs. D'autant que le gouvernement français prendra la présidence de la Commission européenne pour six mois en janvier prochain.

ENJEUX

- **Prendre la mesure d'un nouveau moteur de la consommation** : UFC-Que Choisir estime qu'à ce jour, un Français sur deux aurait déjà eu recours à un service de BNPL. D'autant que les offres se multiplient et sont portées par des acteurs variés, aussi bien les [marques](#) elles-mêmes que les [plateformes](#) e-commerce, les [spécialistes du paiement](#), les [schemes](#), les [FinTechs](#) ou encore les [banques](#).
- **Prévenir en amont de la législation** : Avec une entrée fracassante sur le marché des facilités de paiement, le BNPL n'a, pour l'instant, pas encore été encadré par les réglementations en vigueur. Dans son rôle d'association de protection et de défense des consommateurs, l'UCF-Que Choisir se charge donc de prévenir des risques et d'accélérer les [démarches](#) déjà initiées.
- **Confirmer ses engagements** : Ce n'est pas la première fois que l'UCF-Que Choisir se mobilise contre le BNPL. L'association avait par ailleurs porté [plainte](#) contre certains acteurs du marché en avril dernier, pour pratique commerciale trompeuse.

MISE EN PERSPECTIVE

- La loi sur le crédit à la consommation vise uniquement les crédits d'un montant supérieur à 200 € ou d'une durée supérieure à 3 mois. Des conditions qui permettent donc aux offres de BNPL de passer aujourd'hui encore sous le radar des régulateurs. Sauf pour les offres universelles, sans partenariat commerçants mais associée à une carte. Dans ce cas, une analyse de la solvabilité des consommateurs doit être réalisée avant délivrance de la carte.
- Or l'UFC-Que Choisir met en avant les résultats d'une étude réalisée par un acteur du paiement, selon laquelle le panier de l'utilisateur d'un service BNPL serait en moyenne 20 à 50 % plus élevé que celui au comptant. Selon une porte-parole d'Oney, le paiement fractionné serait même un déclencheur d'achat pour 72 % des consommateurs.
- C'est la minimisation de la dépense réelle, due à la division des montants, que l'UFC-Que Choisir accuse aujourd'hui de fausser la perception et la raison des consommateurs.

Source : [Communiqué de presse](#)



Defacto veut adapter le paiement en n fois aux besoins des professionnels

Paiement – France – 19/11/2021

Une nouvelle FinTech BtoB vient de voir le jour en France. Baptisée [Defacto](#), elle porte un modèle innovant de financement pour les entreprises reposant sur le paiement fractionné. Ce modèle qui connaît un très fort succès à destination des particuliers, pourrait voir un nouveau marché intéressant s'ouvrir à destination des professionnels et des entreprises.

LES FAITS

- Defacto se présente comme une FinTech dédiée à l'amélioration de l'infrastructure de crédit à destination des petites et moyennes entreprises.
- Dans la forme, Defacto fonctionne en mode BtoBtoC grâce à une API. La FinTech proposera ainsi ses offres de financement via d'autres sociétés.
- Defacto a ainsi signé un partenariat avec StaffMe par exemple, plateforme française de mise en relation entre jeunes freelances et entreprises. Elle envisage aussi de cibler des entreprises et autres FinTechs de comptabilité telles que [Pennylane](#) ou [Libeo](#) par exemple.
- Pour les PME clientes de ces services, il deviendrait ainsi possible de réaliser une demande de prêt d'un simple clic. Une offre de crédit instantané de courte durée, ou paiement différé, leur sera proposée instantanément par Defacto.
- Modèle économique : Defacto applique des taux d'intérêt classiques de 1,5 % pour 30 jours d'avance à 3% pour 60 jours d'avance.

ENJEUX

- **Pallier les problèmes récurrents de trésorerie** : Les gros clients payent généralement leurs factures à 30 jours fin de mois, en France. Une pratique qui pèse toujours très lourd sur les finances des petites entreprises et des entrepreneurs. Ce délai légal peut même être allongé à 60 jours dans certains cas.
- **Un scoring maison**: Pour analyser les risques et évaluer la solvabilité de ses clients, Defacto s'appuiera sur les données de ses partenaires. La FinTech se positionne ainsi comme [Amazon](#) ou [Square](#) qui prennent en compte des données extra-bancaires pour prêter à leurs clients.
- **Révolutionner le crédit aux PME** : Defacto débute son activité en prêtant sur ses propres fonds. La FinTech peut aujourd'hui se lancer grâce à son premier tour de table réalisé pour près de 3 millions d'euros auprès de différents investisseurs tels que Global Founders Capital ou Headline.

MISE EN PERSPECTIVE

- A peine lancé, Defacto a déjà de grandes ambitions. La FinTech prévoit ainsi de financer quelques 100 millions d'euros de transactions d'ici la fin 2022.

- Elle table aussi sur un positionnement atypique sur un marché en pleine expansion : celui du paiement en n fois. Car Defacto précise travailler sur un modèle capable d'adapter le paiement en plusieurs fois aux besoins des PME et des entrepreneurs.

Source : [Linkedin](#)

E-commerce, E-Payment

Amazon acceptera les paiements par Venmo

Paiement – Etats-Unis – 12/11/2021

Important revirement sur le marché des paiements en ligne américain. Alors qu'[Amazon](#) se refusait jusqu'ici à intégrer [PayPal](#) comme moyen de paiement sur sa plate-forme, le géant du e-commerce se décide finalement à autoriser ses clients à payer via [Venmo](#). Cette décision stratégique pourrait donner un nouveau coup d'accélérateur au service de paiement mobile, et ouvrir une nouvelle fonctionnalité aux clients sur l'une des principale place e-commerce mondiale.

LES FAITS

- Les clients d'Amazon aux Etats-Unis auront bientôt la possibilité d'opter pour Venmo au moment de régler leurs achats sur la plate-forme d'achat d'Amazon.
- Cette nouvelle fonctionnalité sera disponible en 2022 selon PayPal, la maison mère de Venmo.
- La date exacte concernant l'intégration du service n'a en revanche pas été précisée.
- Les deux nouveaux partenaires s'accordent néanmoins sur le fait que ce déploiement ne concernera pas la récente fonctionnalité de gestion des crypto-monnaies [proposée](#) depuis peu par Venmo. Du moins dans un premier temps.

ENJEUX

- **Une nécessaire flexibilité** : Malgré ses efforts, Amazon n'aura pas su imposer sa solution de paiement maison Amazon Pay. Amazon pay comptait 38 millions d'utilisateurs en 2018. Le géant du e-commerce précise par ailleurs que l'intégration de Venmo vient répondre à une demande émise par ses clients s'agissant de bénéficier de plus de flexibilité dans leurs modes de paiement.
- **Un vivier nouveau de prospects** : Venmo compte actuellement plus de 80 millions d'utilisateurs aux Etats-Unis. Intégrer la plate-forme Amazon représente néanmoins un nouvel argument pour convaincre les américains encore non utilisateurs du service de paiement mobile. Sachant qu'en juillet 2019, 82 % des foyers américains étaient des clients Amazon Prime.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon une récente [étude](#) menée par PayPal sur le comportement de Venmo, 65% des utilisateurs de Venmo ont déclaré avoir augmenté leurs comportements d'achat en ligne pendant la pandémie. 47% sont intéressés à payer avec Venmo lors de leurs vérifications auprès des commerçants.
- Selon les derniers résultats et prévisions de PayPal, Venmo a généré 60 milliards de dollars de volume de paiements, en progression de 36%, et pourrait afficher 900 millions de dollars de revenus en 2021.
- PayPal s'attend à une hausse de ses revenus d'environ 18 % pour l'année 2022.

Source : [Communiqué de presse](#)

amazon *venmo*

The image shows the logos for Amazon and Venmo. The word "amazon" is in a bold, black, sans-serif font with a yellow curved arrow underneath it. The word "venmo" is in a blue, italicized, sans-serif font.

Stripe installe le paiement au sein des chatbots

Paiement – France – 19/11/2021

Le spécialiste américain du paiement [Stripe](#) vient de signer un nouveau partenariat inédit avec un acteur français du marché des chatbots. L'objectif est clairement d'imposer la solution de paiement alternative au sein de ce type de services de communication, nativement. Pour Stripe, outre l'ouverture d'un nouveau canal de vente, cette initiative représente un moyen de disrupter le marché.

LES FAITS

- [Botnation](#) est une plateforme française de création de chatbots évolutifs. Elle vient de signer un partenariat inédit avec Stripe, le spécialiste américain du paiement en ligne.
- Ce rapprochement stratégique vise pour Stripe à permettre l'ajout simplifié d'un module de paiement au sein de ces chatbots.
- Les paiements par cartes bancaires (CB, Visa, Mastercard, American Express) seront concernées dans un premier temps, mais Stripe envisage d'ouvrir rapidement les options de paiements aux crypto-monnaies et aux transactions de types micro-paiements (via Apple Pay ou Google Pay par exemple).
- Tous les types de contenus (photos, vidéos, fichiers musicaux, formations en ligne, ticketing) mais aussi les biens et services pourront ainsi être commercialisés et payés au sein même des chatbots.

ENJEUX

- **Transformer les chatbots en de véritables canaux de ventes** : Stripe et Botnation envisagent de permettre aux marques de réaliser des ventes directement via leur chatbot, ouvrant plus largement une autre voie au commerce en ligne.
- **Concurrencer les géants du web** : Les barrières concurrentielles s'estompent entre les acteurs financiers historiques, les prestataires de services de paiements innovants et les géants technologiques. Chacun tente actuellement de proposer des [offres multi-services](#) au sein desquelles les messagerie et les chatbots ont un rôle central. L'initiative de Stripe abonde en ce sens. Aux Etats-Unis, [Facebook](#) annonçait l'implémentation d'une fonctionnalité de paiement au sein de sa [plate-forme de messagerie](#) dès 2016. Une tentative avortée, que le géant depuis renommé Meta relance aujourd'hui à travers [WhatsApp Pay](#) ou l'intégration de son wallet Novi au sein de WhatsApp.

MISE EN PERSPECTIVE

- Stripe travaille actuellement ardemment à l'extension de son offre et à sa diversification. Outre Botnation, elle a par ailleurs signé en ce sens un autre [partenariat](#) important avec Klarna, l'autre décacorne du paiement.
- Elle dépasse par ailleurs les frontières du paiement en ligne pour s'intéresser à d'autres moyens de paiement d'avenir comme les [crypto-monnaies](#) pour lesquelles Stripe marquait son grand intérêt il y a un mois à peine.

Source : [Communiqué de presse](#)



L'achat en ligne est devenu une habitude selon un sondage Adyen/Ipsos

Paiement – France – 23/11/2021

Dopé par la crise sanitaire, le marché du e-commerce concerne aujourd'hui la quasi-totalité des Français. 97 % d'entre eux a déjà acheté en ligne selon une dernière étude Adyen réalisée par le spécialiste du sondage Ipsos. Une étude qui fait donc la part belle aux nouveaux usages, mais qui souligne aussi des pistes d'amélioration.

LES FAITS

- L'e-commerce a explosé mais le principal enseignement de l'étude d'Adyen concerne le fait que ce marché s'est surtout installé dans les habitudes de consommation des Français. 64 % d'entre eux achète en ligne au moins une fois par mois, 27 % achète même en ligne au moins une fois par semaine.
- Plus d'un Français sur deux dépense plus de 50€ par mois en ligne et ils sont 23% à dépenser plus de 100€. En moyenne, le montant des dépenses en ligne réalisée par les Français s'élève à 84 euros.
- Le profil type de l'acheteur en ligne régulier est celui d'un consommateur de 35 ans, CSP+ et avec des enfants.
- **Usages**
 - Si les nouvelles habitudes de consommation ont explosé, du côté des moyens de paiement, les habitudes persistent. Ainsi, 69% des Français utilisent principalement la carte pour réaliser leurs paiements en ligne.
 - En dépit d'une mauvaise presse, les services de BNPL suscitent l'intérêt des consommateurs. 9 Français sur 10 connaissent le paiement en plusieurs fois et la moitié sont intéressés par ce service pour des paiements supérieurs à 230 euros en moyenne.
- **Sécurité**
 - La sécurité des transactions est le premier critère identifié par les Français pour valider un achat en ligne.
 - Les Français ont fait part de leur confiance vis à vis du protocole 3D Secure. 90% pensent que la confirmation par SMS protège vraiment les paiements en ligne.
 - Plus d'un tiers des Français enregistrent par ailleurs leurs données bancaires en ligne. Mais cet usage dépend particulièrement de la fréquence des achats. Ainsi, cette part monte à 50 % pour les Français qui réalisent des achats en ligne chaque semaine.
 - Par ailleurs, si 81% des Français s'attendent à ce que les nouvelles technologies sécurisent davantage les paiements au cours de la décennie à venir, seuls 30 % d'entre eux utilisent des dispositifs de paiement biométrique à ce jour.
- L'étude Adyen/Ipsos a été réalisée les 28 et 29 septembre dernier auprès de 1000 personnes représentatives de la population française âgées entre 19 et 75 ans.

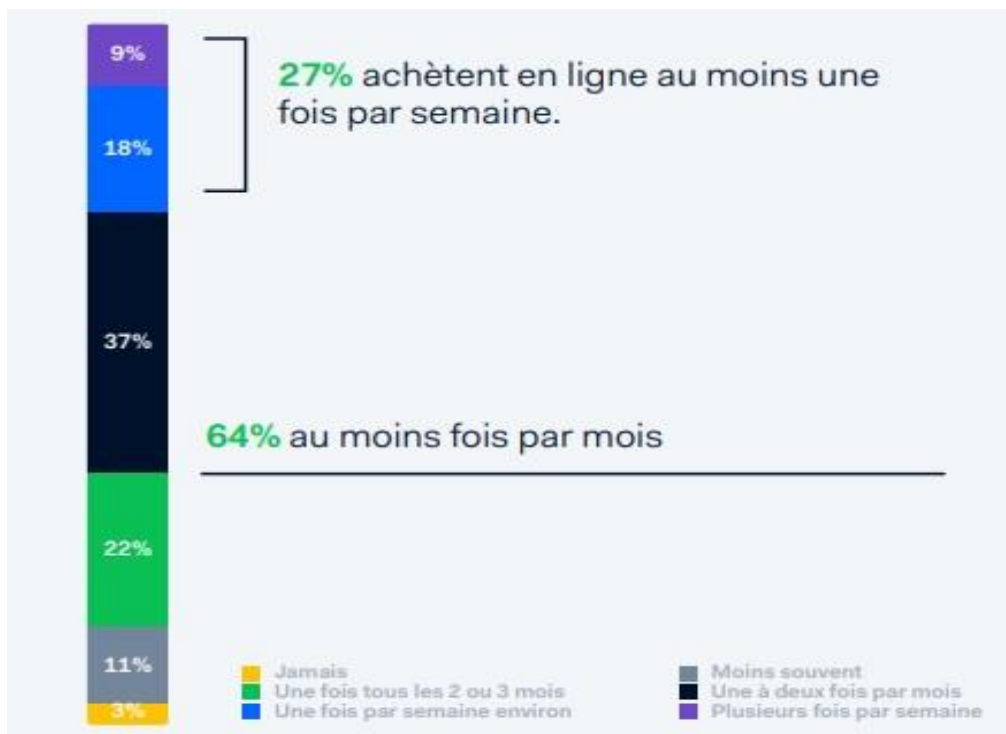
ENJEUX

- **Une accélération à venir** : Sans surprise, l'étude d'Adyen révèle une disparité forte dans les habitudes et souligne l'appétence des plus jeunes à opter pour les solutions les plus innovantes. Ainsi, si la pandémie a accéléré la transformation des usages, de nouvelles normes s'imposeront au fil de l'intégration des Digital Native au sein de la base des consommateurs.
- Ainsi, parmi les 16-24 ans :
 - 81% ont au moins un abonnement en ligne (vs 49% pour le reste des consommateurs),
 - 73% sont intéressés par le paiement en plusieurs fois (vs 49%),
 - 57% enregistrent leurs données bancaires en ligne (vs 36%),
 - 39% ont effectué des paiements sur les réseaux sociaux (vs 15 %),
 - 70% utilisent le paiement biométrique (vs 30%).

MISE EN PERSPECTIVE

- L'étude d'Adyen et Ipsos souligne les grandes tendances déjà ressenties suite à la pandémie en ce qui concerne l'e-commerce et le paiement en ligne.
- Elle identifie également les grands travaux qui restent à faire pour moderniser encore la tendance. En particulier sur le thème des moyens de paiement. Puisque la carte, pourtant mal adaptée à ce canal d'achat, reste un outil privilégié par les consommateurs encore peu habitués aux applications de paiement et autres e-wallets (24 % des consommateurs seulement).

Source : [Communiqué de presse](#)



TPE, Encaissement, mPOS

BNP Paribas encaisse les pourboires par carte grâce à une FinTech

Paiement – France – 04/11/2021

[BNP Paribas](#) vient d'annoncer un nouveau partenariat avec la FinTech [Heoh](#), établissement de paiement ayant obtenu son agrément en juillet 2018. Leurs travaux communs portent aujourd'hui sur le déploiement d'une solution d'encaissement des pourboires par carte et illustrent une nouvelle fois le potentiel de l'association pour la réactivité des grands groupes.

LES FAITS

- Les clients professionnels de BNP Paribas pourront profiter de sa nouvelle solution d'encaissement développée en partenariat avec Heoh à partir du premier trimestre 2022.
- Cette solution permettra ainsi aux serveurs, restaurateurs et autres professionnels de l'hôtellerie d'encaisser par carte leurs pourboires (exonérés de charges et impôts) directement sur leurs TPE.
- Parcours client : Pour le client final, il sera possible d'ajouter un pourboire au moment de payer l'addition, en tapant directement le montant désiré sur le terminal compatible.
- BNP Paribas et Heoh précisent travailler encore à la forme définitive que prendra leur service commun. La solution s'appuiera en tous les cas sur les systèmes développés par Heoh dans le domaine de la collecte de dons.
- Ce dernier sera proposé gratuitement aux restaurateurs clients de BNP Paribas.

ENJEUX

- **Suivre les nouveaux usages** : La crise sanitaire a entraîné une baisse de l'utilisation des espèces (- 23 % de retraits en 2020) et une augmentation importante des paiements sans contact (+ 53 % en 2020). Le paiement des pourboires par carte s'impose comme une évolution logique pour convenir aux nouveaux usages.
- **Soutenir les restaurateurs** : BNP Paribas insiste aujourd'hui sur son engagement à répondre aux besoins et attentes de ses clients restaurateurs. Suite à la crise sanitaire, la proposition de services à valeur ajoutée pour faciliter leur reprise représente en effet un avantage concurrentiel sur lequel la banque française entend capitaliser. D'autant que la nouvelle offre en cours de développement est aussi présentée comme une solution pour alléger la charge administrative des restaurateurs.
- **Tableur sur la co-création** : L'annonce gouvernementale concernant la défiscalisation des pourboires sur les marchés de l'hôtellerie et de la restauration pour l'année 2022 est intervenue à la fin du mois de septembre dernier. BNP Paribas préfère aujourd'hui jouer la carte de la complémentarité en s'associant à une FinTech pour contrer les effets d'inertie propres aux grands groupes et présenter rapidement une offre optimisée.
- **Etendre un partenariat** : BNP Paribas et Heoh ont déjà travaillé ensemble, comme en 2019 pour proposer aux collaborateurs de la banque de réaliser des micro-dons aux associations de manière rapide, sécurisée et sans contact, depuis des bornes dédiées.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le lancement de la solution commune de BNP Paribas et Heoh ne sera pas une première réponse du marché français aux nouvelles décisions gouvernementales. Une start-up française, Yavin, avait fait le pari de travailler en amont de cette décision pour intégrer une [application](#) de pourboires à ses TPE et s'adapter en quasi-temps réel aux mesures de défiscalisation des pourboires.
- BNP Paribas n'en est néanmoins pas à sa première initiative s'agissant de faire évoluer l'encaissement des pourboires. La banque propose en effet, avec Lyf, une solution basée sur QR Code depuis l'été dernier.

Source : [Communiqué de presse](#)



Worldline rend ses TPE compatibles avec Payconiq

Paiement – Luxembourg – 16/11/2021

[Payconiq](#), fusion des portefeuilles mobiles d'ING et KBC déployé en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg (suite au rachat de Digicah), vient de signer un nouveau partenariat de poids avec [Worldline](#). La société de service de paiement a rendu ses terminaux compatibles avec la solution de paiement Payconiq, s'impliquant ainsi dans la démocratisation du paiement mobile.

LES FAITS

- Les clients Luxembourgeois du service de paiement mobile Payconiq pourront désormais utiliser leur solution pour régler leurs achats dans la majorité des commerces physiques traditionnels de leur pays.
- Les terminaux de paiement Worldline, en devenant compatibles avec Payconiq, pourront en effet afficher un QR Code sur leur écran afin de permettre aux utilisateurs de l'application de régler leur achat via Payconiq.
- Aucune infrastructure additionnelle n'est nécessaire pour rendre les terminaux Worldline compatible.
- Payconiq compte actuellement 200 000 utilisateurs au Luxembourg.

ENJEUX

- **Démocratiser sa solution** : Worldline est à la tête de près de 80 % du parc des terminaux de paiement déployés actuellement au Luxembourg. Son partenariat avec Payconiq permet donc à l'application de paiement mobile d'être acceptée désormais par la majorité des commerces du pays, ce qui ouvre de nouvelles perspectives locales à la FinTech et pourrait lui permettre d'atteindre une taille critique.
- Payconiq est actuellement utilisée par 62% des consommateurs au Luxembourg. L'application est surtout utilisée pour réaliser des paiements entre les particuliers (63% des transactions) et pour régler des factures (24% des transactions). Les paiements Payconiq dans les commerces ne représentaient jusqu'ici que 13% des opérations de la FinTech.
- **Allier l'innovation à la tradition** : Pour déployer sa solution au sein des commerces physiques, Payconiq tentait depuis plusieurs années d'imposer son boîtier d'encaissement Beacon. Un travail titanesque alors que les acteurs historiques dominant encore largement le marché et que les efforts de diffusion des solutions alternatives se heurtent à la fois à la concurrence et à une problématique d'interopérabilité et d'harmonisation du marché.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché du paiement mobile européen est encore loin de se démocratiser. Si en France, Paylib tente toujours de s'imposer en [restant confiant](#) quant à l'avenir du paiement mobile hexagonal, la réussite de Bizum en Espagne lui donne des [ambitions](#) européennes. Mais, le plus grand succès des solutions interbancaires européennes est sans conteste la solution scandinave qui a rapproché les solutions Vipps, Pivo et Mobile Pay, des banques finlandaises, danoises et norvégienne. De quoio inspirer justement la solution Payconiq qui franchit la frontière luxembourgeoise elle aussi.

- Car si [EPI](#) reste, pour l'instant, dans les cartons européens, à l'échelle du Benelux, les ambitions se renforcent pour démocratiser le paiement électronique. Une décision du ministre fédéral des Finances vient ainsi de valider l'obligation, pour tous les commerces belges, de proposer au moins un moyen de paiement électronique à leurs clients à partir du 1er juillet 2022.
- Cette décision entre dans le cadre d'un plan d'action de lutte contre la fraude et tombe à pic pour Payconiq.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stripe étend sa présence physique en Europe

Paiement – Europe – 30/11/2021

Le spécialiste américain du paiement [Stripe](#) vient d'afficher son ambition d'expansion européenne par la voie de l'encaissement cette fois. Stripe proposera en effet son terminal d'encaissement dans plusieurs pays du vieux continent afin de s'imposer au côté des références locales, sur un marché de plus en plus concurrentiel.

LES FAITS

- L'Irlande, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les Pays-Bas sont autant de pays qui seront désormais aussi couverts par le service de Stripe Terminal en Europe.
- Stripe Terminal s'adresse particulièrement aux consommateurs opérant des activités de vente et d'achat en ligne sur des marketplaces. La solution leur permet ainsi d'encaisser les fonds issus de leurs ventes en ligne et hors ligne (dans des boutiques éphémères par exemple).
- Dans la forme, Stripe Terminal repose sur trois modules :
 - Un ensemble de SDK et d'API flexible pour créer une expérience de paiement entièrement personnalisée à l'aide d'applications Web ou mobiles ;
 - Des lecteurs de cartes fonctionnant de manière transparente avec les API et les SDK de Stripe Terminal pour accepter les paiements par cartes (avec ou sans contact) ou via Apple et Google Pay ;
 - Un tableau de bord pour gérer les flottes de modules d'encaissement.

ENJEUX

- **Favoriser l'omnicanal** : Stripe Terminal est disponible aux Etats-Unis depuis 2019. Le service représente une extension, dans le monde physique, des services déjà proposés par Stripe via [Stripe Connect](#) notamment.
- **S'adapter aux nouvelles habitudes** : Stripe met en avant sa capacité à couvrir tous les besoins en matière d'encaissement, sur tous les canaux. Grâce à la combinaison de Stripe Terminal et de Stripe Connect, les taxis du service Taxi.de de 64 villes allemandes peuvent par exemple accepter les paiements par carte à bord des véhicules ou offrir aux passagers la possibilité de payer en ligne ou depuis une application mobile.

MISE EN PERSPECTIVE

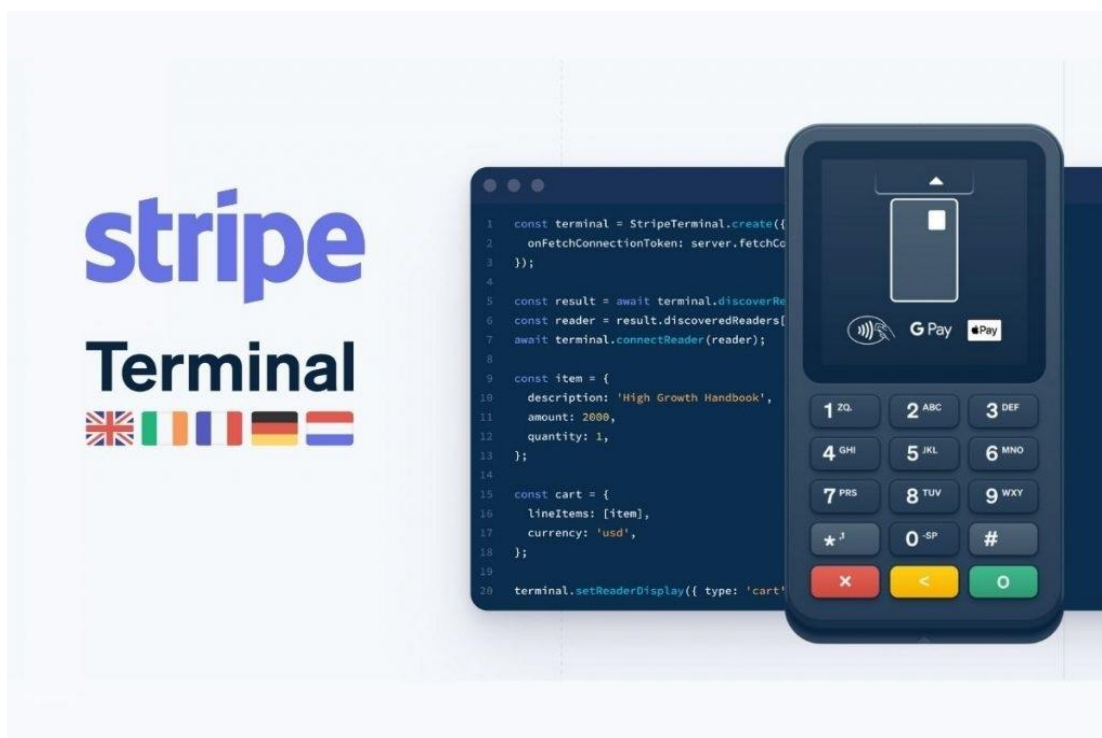
- Sumup, spécialiste de l'encaissement mobile, poursuit aujourd'hui sa diversification en Europe en lançant ses [premiers comptes destinés aux professionnels](#). Le géant de l'acceptation de paiement [Square](#) a pour sa part concrétisé ses ambitions en matière de compte bancaire en présentant [Square Banking](#) aux Etats-Unis.
- Stripe opère une stratégie de [diversification](#) inverse aujourd'hui en partant des services financiers (et du paiement en particulier), pour s'étendre sur le marché de l'encaissement. Le déploiement de son Terminal en Europe représente une nouvelle étape de sa stratégie en ce sens.

- [Square](#) demeurera l'un des principaux concurrents potentiels de Stripe sur ce nouveau marché, au côté d'acteurs [traditionnels](#) et [spécialisés](#).

CHIFFRES CLES

- Stripe opère désormais dans 44 pays.
- Ses services sont utilisés pour traiter des centaines de milliards de dollars de paiements chaque année.
- La société est valorisée 80 milliards d'euros suite de son dernier tour de table de 500 millions d'euros réalisé en mars dernier.

Source : [Communiqué de presse](#)



TSP (Titres spéciaux de paiement)

Avec Bimpli, Natixis crée une nouvelle référence pour les avantages aux salariés

Paiement – France – 26/11/2021

Déjà très impliquée sur le marché des avantages aux salariés, à travers différentes marques, [Natixis Payments](#) vient de lancer la plate-forme Bimpli qui regroupe désormais l'ensemble de ses offres. Cette initiative, qui s'inscrit dans la tendance à la centralisation, traduit les ambitions de la banque de conquérir de nouvelles parts de ce marché en pleine transformation.

LES FAITS

- Avec [Bimpli](#), Natixis Payments regroupe désormais sur une seule et même plate-forme, l'ensemble des services dédiés aux avantages aux salariés :
 - chèques cadeaux,
 - cagnottes (Le Pot commun devient Bimpli Cagnotte),
 - billetterie,
 - bons plans négociés par les CSE,
 - chèque emploi service universel (CESU)
 - service de mobilité (Bimpli Mobilité),
 - titres restaurants (Apetiz devient Bimpli Resto).
- Natixis Payments centralise ainsi l'ensemble de ses anciennes solutions : Apetiz, Le Pot Commun, Titres Cado et Comiteo.
- La plate-forme s'adresse aux plus de 53 000 entreprises clientes des offres de Natixis Payments.
- L'agrégation et la valorisation de tous les avantages salariés sur la plate-forme unique Bimpli s'opèrera au cours du premier semestre 2022. Un accès aux comptes d'épargne salariale sera créé par la suite.

ENJEUX

- **Rendre de la transparence à l'offre** : Le nom même de Bimpli est une contraction des termes anglais "Better" et "Simply". Et il traduit en ce sens l'objectif de Natixis Payments de rendre les avantages aux salariés plus clairs et accessibles.
- **La référence des avantages aux salariés** : Bimpli est présenté comme un outil optimisé d'amélioration des politiques sociales en entreprises. Natixis Payments cherche ainsi à s'imposer comme une référence de ce marché avec un service numérique et centralisé, mettant en avant son appartenance au groupe BPCE et donc sa capacité à profiter de sa force de frappe en tant que référence de la banque en France pour proposer une offre complète et aboutie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Natixis Payments est le troisième émetteur de titres-restaurant en France actuellement. Avec Bimpli, le groupe envisage de gagner des parts de marché en s'imposant comme la nouvelle référence innovante du marché.
- Mais le lancement de Bimpli va plus loin que ces questions concurrentielles. Natixis Payments cherche à surfer sur la tendance de fonds faisant suite à la pandémie et ayant établi de nouvelles règles en matière de politique sociale en entreprise. Outre le télétravail, les avantages aux salariés n'ont jamais autant compté pour permettre aux entreprises de conserver des talents et d'attirer de nouveaux profils.
- Et Natixis Payments se pose aujourd'hui comme un partenaire clé de cette nouvelle organisation sociale en entreprise.

Source : [Communiqué de presse](#)



Virements / Initiation de paiement

Volume optimise le paiement en 1 clic

Paiement – Etats-Unis – 26/11/2021

Une FinTech britannique baptisée Volume s'est engagée à améliorer encore l'expérience de paiement en ligne. Elle a pour cela développé une solution associant paiement en un clic et Open Banking. Une réduction des intermédiaires qui participe à la réduction des frais sur un marché en plein boom.

LES FAITS

- [Volume](#) vient d'annoncer le lancement de sa nouvelle solution baptisée Transparent Checkout.
- Cette dernière promet de multiplier le taux de conversion des e-commerçants par 2 et de proposer une expérience d'achat en ligne 5 fois plus rapide que la moyenne.
- Comment ? En tablant sur l'Open Banking et le paiement en 1 clic. Volume propose ainsi un service de paiement de compte à compte (A2A) établissant un lien direct entre les comptes des e-commerçants et ceux des consommateurs.
- Volume se rémunère en prélevant un pourcentage (réduit, selon la FinTech) sur chaque transaction, sans appliquer de frais supplémentaires.
- Ses tarifs sont présentés comme dix fois moins cher que PayPal environ, et quatre fois moins cher que les cartes.

ENJEUX

- **Réduire les coûts** : Volume précise que son service Transparent Checkout permettra aux commerçants d'économiser jusqu'à 75 % sur les frais en réduisant de nombreux coûts associés aux paiements par carte, tels que les frais de passerelle, les frais de traitement des transactions et les coûts d'interchange. Volume souligne également le fait que les frais de transaction en ligne liée à l'utilisation des e-wallet peuvent, quant à eux, atteindre 4 %.
- **Concrétiser son lancement** : Lancée en mai 2021, Volume prévoit de réaliser un premier tour de table prochainement, après avoir assuré le lancement de son premier service. La FinTech entend d'ores et déjà étendre ses activités en Europe et aux Etats-Unis d'ici 2022.

MISE EN PERSPECTIVE

- La proposition de valeur de Volume résonne particulièrement, alors qu'un [litige](#) oppose justement Amazon et Visa sur le thème des frais de transactions au Royaume-Uni.
- Volume compare son nouveau service à celui de [Wise](#), déclarant adapter le modèle développé sur le marché des transferts internationaux à celui des paiements en ligne.
- La FinTech entend ainsi répondre à une problématique de fond. L'association YouGov rapporte ainsi que deux acheteurs sur trois sont préoccupés par la sécurité au moment de réaliser leurs achats en ligne.

- Et selon l'Institut Baymard, l'abandon de panier s'élève à 69 % dans le monde, ce qui représente près de 260 milliards de dollars de ventes perdues chaque année.

Source : [Twitter](#)

Meet Volume



Objets, voitures connectées

Daimler et Visa installent le paiement in-car par empreintes digitales

Paiement – Europe – 15/11/2021

Le paiement in-car prend une nouvelle dimension avec le partenariat signé entre [Daimler](#) et [Visa](#). Les conducteurs européens de [Mercedes-Benz](#) auront en effet la possibilité de payer des achats depuis l'écran principal de leur véhicule, du bout du doigt, grâce à un nouveau dispositif de lecture des empreintes digitales. L'initiative souligne l'intérêt de relier la biométrie aux systèmes de [paiement in-car](#).

LES FAITS

- L'unité principale MBUX, embarquée au sein des véhicules Mercedes, accueillera prochainement une nouvelle fonctionnalité visant à faciliter la validation de paiement in-car pour réaliser des achats d'options multimédia, de musiques, de parking ou de certaines commandes en ligne autorisées par le système.
- Les conducteurs britanniques et allemands de véhicules Mercedes-Benz pourront simplement toucher l'écran principal MBUX pour autoriser un paiement grâce à la reconnaissance de leur empreinte digitale.
- Cette nouvelle fonctionnalité a été développée par Daimler en partenariat avec le géant du paiement Visa. Elle sera déployée à partir du printemps 2022.
- Si le Royaume-Uni et l'Allemagne sont ciblés dans un premier temps pour le déploiement de ce nouveau service, la technologie sera disponible par la suite dans d'autres marchés européens.

ENJEUX

- **Un nouveau support d'authentification pour le paiement** : Daimler et Visa insistent sur leur engagement à transformer le véhicule automobile en nouveau support d'authentification des paiements à part entière. Les Mercedes-Benz sont présentés comme des dispositifs de paiements biométriques supportant seuls la technologie d'authentification déléguée (Delegated Authentication Technology) de Visa.
- **Ouvrir une technologie Visa** : La nouvelle fonctionnalité de paiement utilisera la technologie de sécurisation [Visa Cloud Token Framework](#) dédiée aux objets connectés. C'est la première fois que cette technologie sera ainsi embarquée dans un véhicule automobile.
- **Participer à l'effervescence d'un nouveau marché** : Selon deux études réalisées par Capgemini et Juniper, le nombre total de véhicules connectés devrait être supérieur à 352 millions dans le monde d'ici deux ans. Le volume total des paiements embarqués devrait atteindre environ 86 milliards de dollars d'ici 2025.

MISE EN PERSPECTIVE

- Daimler travaille ardemment à simplifier au maximum le paiement in-car à bord de ses véhicules. En mars dernier, le groupe présentait ainsi "Fuel & Pay", une autre solution de paiement simplifié, à destination des conducteurs allemands, pour leur permettre de [régler leurs pleins d'essence](#) plus rapidement et simplement.

- Cette nouvelle initiative présentée aujourd'hui par Daimler et Visa souligne son engagement à démocratiser ce type de service, puisqu'il s'ouvre aussi aux conducteurs britanniques.
- Daimler opte par ailleurs pour une solution biométrique alternative alors que la majorité des [initiatives biométriques rattachées au paiement in-car](#) tablait surtout sur la [voix](#) jusqu'ici.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stratégie d'acteurs

MasterCard s'apprête à mettre fin à sa gamme Maestro

Paiement – Allemagne – 02/11/2021

Le géant du paiement américain [MasterCard](#) donnera prochainement congés à sa gamme de carte MasterCard en Europe. Cette décision hautement stratégique représente officiellement une adaptation de MasterCard aux nouveaux usages. Officieusement, c'est une réponse du Scheme américain à l'European Payments Initiative ([EPI](#)), un pari sur l'échec possible d'une complète harmonisation du marché et sur la coopération de l'ensemble des pays européens.

LES FAITS

- Mastercard a donc décidé de mettre fin à son service de carte de débit Maestro.
- À partir du 1er juillet 2023, les banques et les caisses d'épargne ne pourront plus émettre de cartes Maestro ; les commerçants acceptants devront donc basculer sur un autre réseau, purement MasterCard.
- Cette annonce doit néanmoins être prise avec précaution dans la mesure où MasterCard prévoit de proposer une autre offre plus adaptée aux nouveaux usages, et plus particulièrement, au e-commerce.

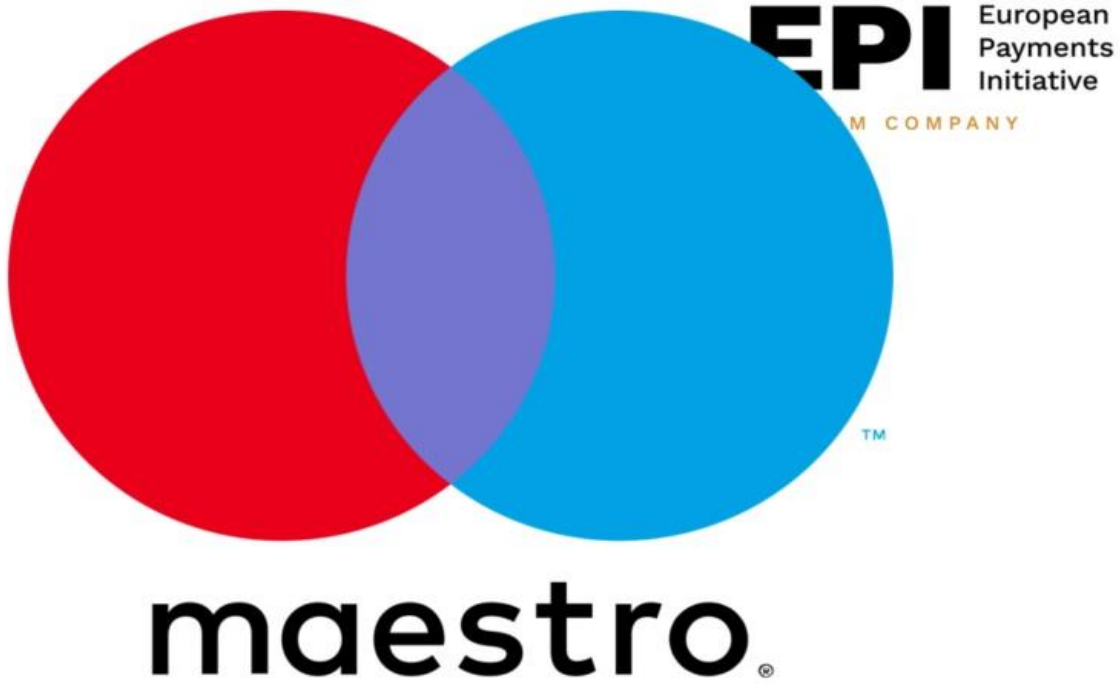
ENJEUX

- **Assurer une mue opportuniste** : MasterCard compte actuellement 400 millions de cartes Maestro en circulation dans le monde, contre 650 millions il y a 5 ans. Avec l'essor du e-commerce, la remise en question de Maestro est avant tout un moyen pour MasterCard de remplacer sa gamme par une formule plus compatible avec les nouveaux usages.
- **Se désengager des accords de co-badging** : En supprimant Maestro, MasterCard se désengage de ses accords de co-badging (avec Girocard en Allemagne) pour pousser ses solutions en « stand-alone ».
- **Miser sur un succès en demi-teinte** : Tout l'enjeu d'EPI est de porter un réseau de paiement interopérable, sans frontière et capable d'harmoniser et de digitaliser les paiements en Europe. La décision de MasterCard de retirer son réseau de carte Maestro pour le remplacer par un modèle plus numérique, représente, en ce sens, un coup de pression sur EPI.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'[European Payments Initiative \(EPI\)](#), réseau de paiements et portefeuille électronique européen, est présenté depuis le début comme un concurrent des Schemes américains MasterCard et Visa; surpuissants sur le marché des paiements.
- Leurs réponses à cette attaque concurrentielle européenne se font aujourd'hui sentir. Visa joue pour sa part la carte de la division en s'appuyant sur des [partenariats exclusifs](#) avec des acteurs pourtant impliqués dans EPI.

Source : [Communiqué de presse](#)



Google contraint d'ouvrir son système de paiement in-app

Paiement – Corée du sud – 10/11/2021

Les régulateurs peuvent faire plier les géants du web. La Corée du Sud est en effet parvenue à imposer à [Google](#) d'accepter d'autres moyens de paiement pour régler les achats in-app au sein de son écosystème. Un premier pas au niveau mondial, qui ouvre la voie vers un nouveau marché pour les spécialistes du paiement.

LES FAITS

- La Corée du Sud imposait en août dernier une nouvelle législation baptisée "Telecommunications Business Act". Ce texte prévoit d'imposer une ouverture à Google et Apple, les obligeant à accepter d'autres systèmes de paiement in-app et non plus seulement leurs services propriétaires.
- Google, qui est le premier système d'exploitation en Corée du Sud, tentait jusqu'ici de capitaliser sur sa puissance pour se soustraire à cette nouvelle obligation, qui représente un manque à gagner important.
- Un récent billet publié sur le blog du géant du web signe néanmoins la fin de la résistance. Les développeurs Android auront en effet désormais la possibilité d'ajouter un système alternatif de facturation in-app au sein de leurs applications.
- Google appliquera cependant toujours des frais sur ces transactions, de 11 % sur les systèmes de facturation alternatif, contre 15 % pour les transactions réglées via son propre système de paiement in-app (pour la grande majorité des développeurs).
- Google souligne par ailleurs ne pas assurer le même niveau de sécurité pour ces nouveaux moyens de paiement in-app, ni le même niveau de service (contrôle parental, mode de paiement familial et autre gestion des abonnements).

CHIFFRES CLES

- Plus de deux millions de développeurs travaillent sur Google Play et rassemblent 2,5 milliards d'utilisateurs dans 190 pays.
- L'écosystème Android couvre plus de 3 milliards d'appareils actifs dans le monde.

ENJEUX

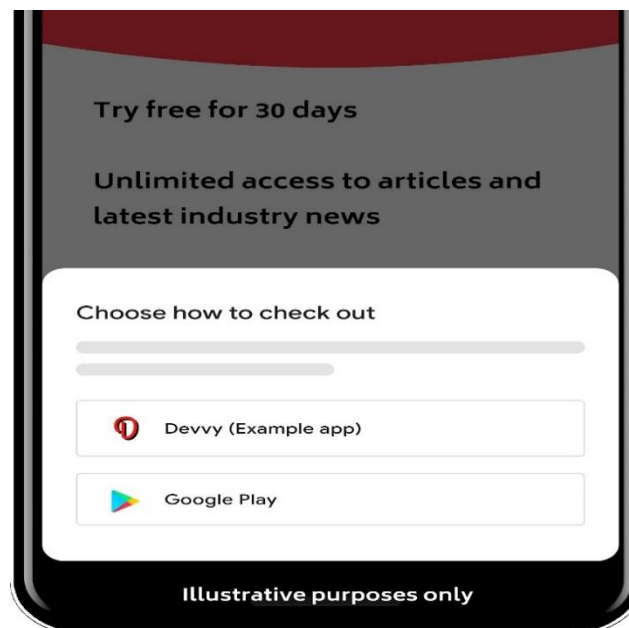
- **La fin d'une hégémonie** : La loi Sud-coréenne vient de réaliser une première mondiale en imposant à Google et Apple une ouverture aux systèmes de paiement tiers pour les achats intégrés.
- **Le début d'une longue bataille** : Si Google joue le jeu en Corée, ce n'est pas le cas d'Apple. La firme américaine fait preuve d'hypocrisie en refusant de modifier sa politique actuelle, arguant qu'il permettait déjà aux développeurs de rediriger leurs utilisateurs vers des moyens de paiement alternatifs en dehors de l'Apple Store pour valider leurs achats. Un modèle non intégré évidemment plus complexe et synonyme de rupture dans l'acte d'achat.
- **Une décision à internationaliser** : La décision sud-coréenne fait par ailleurs écho au procès qui oppose actuellement Apple et Epic Games aux Etats-Unis. Les créateurs du jeu vidéo Fortnite se battent pour qu'Apple n'ait pas le droit d'imposer son système de paiement in-app sur laquelle s'applique une commission de 30 à 15%. Une première décision judiciaire n'avait pas satisfait Epic Games qui a décidé de faire appel. Avec succès puisqu'un juge vient finalement de décider qu'Apple devra bien laisser aux

développeurs la possibilité d'utiliser un système de paiement alternatif sur l'App Store, à partir du 9 décembre prochain. Apple fait appel de cette décision.

MISE EN PERSPECTIVE

- App Annie, spécialiste américain de l'industrie du marché mobile, a présenté son rapport annuel « [The State of Mobile 2021](#) » en début d'année. Sans surprise, ce dernier fait état des retombées extrêmement positives de la crise sanitaire pour le marché des applications mobiles.
- Le secteur a enregistré, en une année, une croissance inégalée, qui aurait normalement été enregistrée sur une période de 2 ou 3 ans.
- A l'échelle mondiale, 143 milliards de dollars ont été dépensés sur les applications mobiles en 2020, soit + 20 % en un an. Les mobinautes mondiaux ont passé en moyenne 4,2 heures par jour sur leur mobile, 7% plus longtemps qu'un an auparavant.

Source : [Blog](#)



Amazon met la pression sur Visa

Paiement – Royaume-Uni – 18/11/2021

Dans la guerre qui oppose les géants du web aux acteurs historiques de la finance et du paiement, Amazon vient de frapper un grand coup. La référence du e-commerce américaine vient d'annoncer qu'il n'accepterait plus les paiements par cartes de crédit Visa sur sa plate-forme au Royaume-Uni. Cette initiative aura pour conséquence de stimuler la concurrence des acteurs alternatifs dans le domaine des paiements.

LES FAITS

- Amazon vient d'annoncer que sa plate-forme britannique Amazon.co.uk n'acceptera plus les paiements par carte de crédit Visa à partir de janvier 2022.
- Cette décision ne concerne pas les cartes de débit du schéma américain mais représente néanmoins un impact important pour Visa, et un message fort pour le reste du monde.
- Amazon justifie aujourd'hui sa décision par sa volonté de diminuer le coût d'acceptation des paiements par carte qui continue à être *"un obstacle pour les entreprises qui s'efforcent de fournir les meilleurs prix aux clients"*
- Visa déplore de son côté une réduction de la palette de choix qui se fait au détriment des consommateurs et précise travailler à un accord avec Amazon afin d'éviter cette restriction.

FAITS MARQUANTS

Les frais de transaction opérés par Visa ont effectivement augmenté au Royaume-Uni, en répercussion du Brexit. Le taux de commission par transaction appliqué par Visa était de 0,3% avant le Brexit, contre 1,5 % après.

ENJEUX

- **Mettre en avant la protection des consommateurs** : Officiellement, Amazon met en avant un argument allant dans le sens de la protection des consommateurs. Le géant du web accuse en effet Visa d'appliquer des frais trop élevés sur les transactions réalisées via ses cartes de crédit.
- **Protéger ses propres services** : Officieusement, cette décision est un coup de massue pour un concurrent potentiel de taille aux [services de crédit](#) d'Amazon. Car le géant du web travaille ardemment à développer ses propres [offres](#) sur le thème, y compris au [Royaume-Uni](#). D'autres options de paiement internes sont par ailleurs envisagées par Amazon, comme une offre de [BNPL](#) ou une crypto-monnaie maison par exemple.
- **Afficher sa puissance** : La décision d'Amazon n'est (pour l'instant) pas étendue à d'autres pays. Elle aura néanmoins des conséquences pour Visa en tant que schéma du paiement. Et vis à vis du reste du monde, elle illustre surtout le pouvoir d'Amazon et sa capacité à imposer ses propres règles.
- **Stimuler la concurrence** : Il y a quelques jours Amazon avait finalement décidé d'accepter une nouvelle méthode de paiement sur son site aux Etats-Unis, via le très populaire wallet de Paypal, [Venmo](#). Cette stratégie du diviser pour mieux régner s'applique également à cette nouvelle attaque contre Visa.

MISE EN PERSPECTIVES

- En mai dernier, l'ACPR précisait ses craintes concernant les [BigTechs](#). A raison puisque leur force de frappe leur permet régulièrement de se soustraire aux obligations légales et gouvernementales locales.
- La question est mondiale. Des combats judiciaires se jouent ainsi en [Corée](#) autant qu'aux Etats-Unis et en Europe.
- La décision d'Amazon au Royaume-Uni ne devrait néanmoins, pour l'instant, pas avoir de conséquences en France.

Source : [Twitter](#)



Blockchain et monnaies virtuelles

La MNBC nigériane dépasse le pilote pour se lancer officiellement

Païement – Nigéria – 03/11/2021

Le Président Nigérien Muhammadu Buhari a annoncé officiellement le lancement du eNaira, la version numérique de la monnaie du pays. Cette annonce représente une concrétisation inédite pour une [MNBC](#), dans une économie importante, puisque le Nigeria est la 1ère économie africaine, et motrice pour le marché des crypto-monnaies.

LES FAITS

- [eNaira](#) est présentée comme la Monnaie Numérique de la Banque Centrale du Nigeria. Cette version dématérialisée de la monnaie nationale est ainsi une évolution dans la forme et une alternative aux espèces en circulation dans le pays.
- La Banque Centrale du Nigéria précise que ce lancement représente l'aboutissement de plusieurs années de travaux de recherche et de développement.
- Les banques, FinTechs et autres commerçants locaux ont été impliqués dans le projet de déploiement d'eNaira.
- La monnaie numérique est supportée par un wallet mobile gratuit permettant notamment de :
 - relier un compte bancaire ou une carte de paiement pour alimenter son compte en eNaira,
 - payer sans contact en magasin grâce à la lecture de QR Code,
 - gérer son compte et consulter ses historiques de transactions,
 - réaliser des paiements entre particuliers.

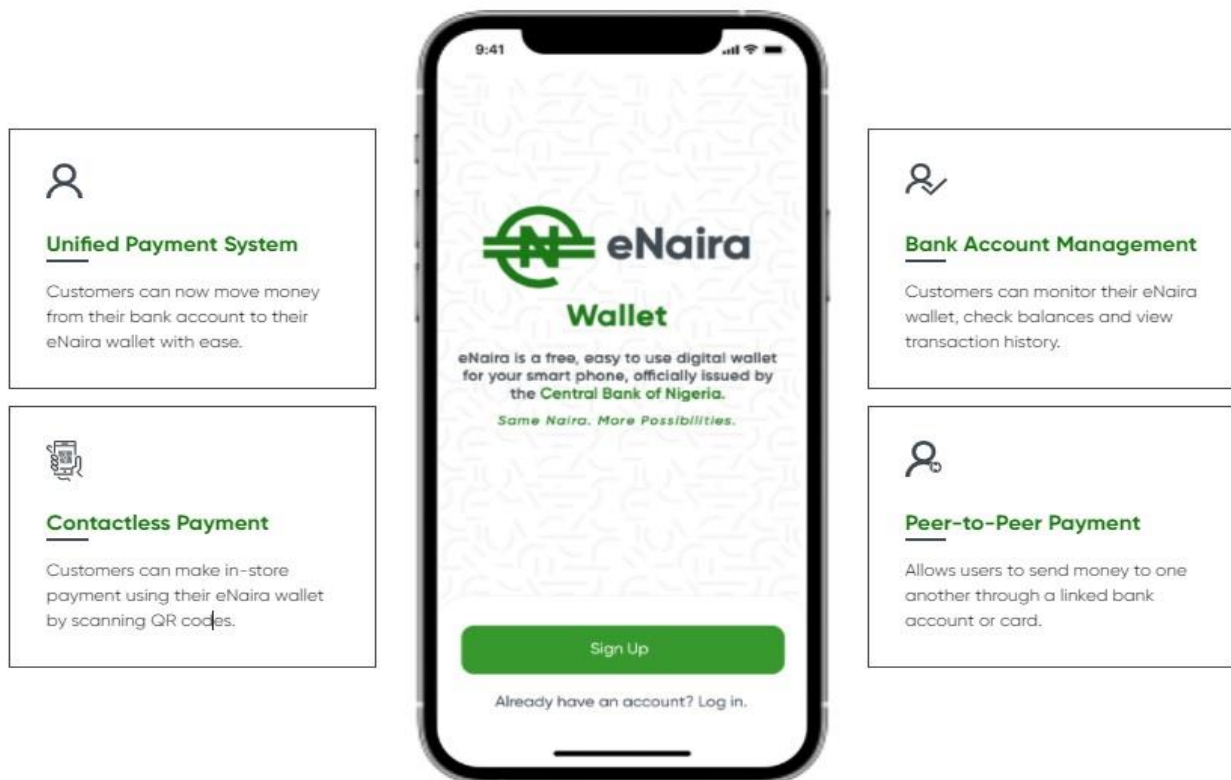
ENJEUX

- **Ramener de la transparence dans les échanges** : La Banque Nationale du Nigéria présente eNaira comme un outil pour rendre les transactions plus transparentes et plus faciles dans le pays, à la fois entre les particuliers mais aussi entre les particuliers et les commerçants locaux.
- **Faciliter l'entrée d'argent sur le territoire** : eNaira n'est pas seulement ouverte aux habitants du pays, l'application peut être téléchargée partout dans le monde afin de réaliser des paiements entre particuliers. Cette fonctionnalité doit d'ailleurs faciliter les échanges entre les habitants locaux et la diaspora nigériane installée à travers le monde.
- **Comblent les attentes...** : Le Nigeria s'est imposé comme un pionnier du marché des crypto-monnaies à l'échelle mondiale. Plus de 400 millions de dollars ont été échangés en crypto-monnaies dans le pays en 2020 (majoritairement en Bitcoin) ; une étude Statista classe même le Nigeria comme la nation la plus utilisatrice de crypto-monnaies au monde avec 42 % des Nigériens ayant [déclaré](#) qu'ils possédaient ou avaient déjà utilisé des crypto-monnaies.
- **...et reprendre la main** : La Banque Centrale du Nigéria se positionne aujourd'hui pour éviter la disruption. Le Nigéria a ainsi décidé de rétablir son autorité face à cette économie parallèle, classant les autres crypto-monnaies comme [illégal](#)es pour mieux imposer son eNaira.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le Nigeria représente la première économie d’Afrique en termes de PIB et le pays le plus peuplé du continent avec près de 220 millions d’habitants. En Afrique, le pays fait figure de pionnier sur le thème des MNBC. Dans le monde, il fait aussi preuve d’avant-gardisme alors que la grande majorité des monnaies numériques de Banques Centrales restent pour l’instant à l’état de [pilotes](#).
- La [Chine](#) était jusqu’ici le pays le plus avancé sur le thème avec une stratégie commune à celle du Nigéria : promouvoir les tests sur sa propre MNBC en rendant illégal l’usage des autres crypto-monnaies. Les [Bahamas](#) font aussi figure d’exemple dans le monde grâce à leur partenariat avec MasterCard.

Source : [Communiqué de presse](#)



Commonwealth Bank se lance dans les crypto-services

Païement – Australie – 04/11/2021

[Commonwealth Bank](#) vient de signer une grande première en Australie. Elle est en effet devenue la première banque du pays à proposer un service de trading de crypto-actifs ; un service d'ailleurs peu desservi par les acteurs historiques actuellement, en dépit de l'engouement grandissant que suscite ce marché.

LES FAITS

- Les clients australiens de la Commonwealth Bank auront prochainement la possibilité d'acheter, de vendre et de détenir des crypto-actifs directement depuis leur application bancaire.
- Une dizaine de crypto-monnaies seront couvertes par le service parmi lesquelles les références telles que Bitcoin, Ethereum ou Litecoin.
- Pour proposer son nouveau service, la banque australienne a opté pour un double partenariat avec une FinTech américaine spécialisée ([Gemini](#)), ainsi qu'avec la plate-forme d'analyse Blockchain Chainalysis.
- Dans la forme, le service d'échange et de conservation de crypto-monnaies de Gemini sera intégré à l'application de la banque via une API.
- Une première phase pilote doit être lancée dans les prochaines semaines pour tester le nouveau service. Des fonctionnalités seront peu à peu ajoutées à l'offre, qui s'adressera à davantage de clients de la banque d'ici 2022.

ENJEUX

- **Répondre à des usages en développement** : Sans donner de chiffres précis, Commonwealth Bank précise que le lancement de ce service vise à répondre aux besoins d'une part grandissante de ses clients désireux de profiter d'une solution pratique et sécurisée d'accès au marché des crypto-actifs.
- **Parier sur l'avenir** : Les études se contredisent sur le taux d'adoption des crypto-actifs dans le pays. L'Australie ne compte pas parmi les pays où le taux d'adoption est le plus fort dans le monde selon une récente étude [Statista](#), mais un autre [sondage](#) local estimait tout récemment que près d'un quart des australiens détient ou a détenu des crypto-monnaies. Un comité sénatorial baptisé "[Australia as a Technology and Financial Centre](#)" envisage de faire du pays une future référence de ce marché.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché des crypto-monnaies ne concerne plus seulement les acteurs spécialisés. La diversification des services participe à l'augmentation des taux d'adoption et des cours, accélérant finalement inexorablement la tendance.
- Les organismes historiques de la finance ont une carte à jouer et les initiatives se multiplient là encore. BBVA [lançait](#) ainsi sa propre plate-forme d'achat/vente de bitcoins en Suisse fin 2020. En France, si Boursorama [agrège](#) les crypto-monnaies depuis le mois d'avril dernier, sa maison mère, Société Générale, envisagerait aussi de lancer une expérimentation sur la finance décentralisée en stockant des crypto-monnaies.

Source : [Communiqué de presse](#)



CommonwealthBank

"Objectif Lune" pour Binance et France FinTech

Païement – France – 09/11/2021

Nouvelle initiative majeure sur le marché des crypto-monnaies en France, la référence mondiale des plateformes d'échanges et de gestion de crypto-actifs [Binance](#) vient de s'associer avec France FinTech pour développer une initiative commune. Cette annonce illustre la course menée par de nombreux pays pour s'imposer comme une référence du marché.

LES FAITS

- L'association France Fintech vient de signer un partenariat inédit avec Binance portant sur la création d'une initiative crypto et blockchain de référence en France.
- Baptisée "Objective Moon", elle pourra s'appuyer sur les 100 millions d'euros financé par Binance pour soutenir le projet.
- « Objective Moon » s'articule autour de trois projets clés :
 - le développement d'un pôle de recherche et développement,
 - la création d'un accélérateur de technologie DLT (registre décentralisé),
 - le lancement d'un programme de formation en ligne pour développer les talents locaux de l'industrie de la blockchain et de la crypto .
- OpenClasroom et [Ledger](#) sont des partenaires de France FinTech et Binance sur ce dernier projet pédagogique.
- Le ministre d'État à la Transition numérique et aux Communications électroniques Cédric O était présent à l'annonce du lancement d'Objective Moon.

ENJEUX

- **Offrir un rôle de référence à la France** : France FinTech souligne son ambition de permettre à la France, grâce au soutien de Binance, de s'imposer comme l'un des acteurs mondiaux de premier plan sur les sujets des crypto-actifs et de la Blockchain.
- **Une action de « soft power »** : Binance déposait une demande pour obtenir le statut PSAN (prestataires de services sur actifs numériques), auprès de l'AMF en 2020. Ce statut ne lui a toujours pas été accordé mais son soutien à France FinTech et son engagement dans le pays doivent soutenir son dossier.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les crypto-monnaies font régulièrement la Une de l'actualité et sont considérées comme une révolution pour les services financiers dans le monde. Pour les états et leur gouvernement, l'objectif est aujourd'hui de reprendre la main sur une économie décentralisée en développant leur propre version de crypto-monnaie adossé à leur devise officielle.
- [L'eNaira](#) vient de remporter une avance significative dans cette course en assurant son lancement officiel alors que les [Bahamas](#) et la [Chine](#) se disputent aussi ce positionnement de pionnier.

- En [France](#) et en [Europe](#), les expérimentations sur l'Euro numérique se poursuivent, autant que les initiatives d'acteurs innovants telle que la start-up [Angle Labs](#) qui vient de lancer un stablecoin basé sur l'euro.

Source : [Communiqué de presse](#)



Qonto s'ouvre prudemment aux cryptomonnaies

Païement – France – 22/11/2021

La néo-banque des professionnels [Qonto](#) vient de faire évoluer ses services en permettant à ses clients d'investir une partie de leur trésorerie dans les crypto-monnaies. En encadrant ces transactions, Qonto s'ouvre à un marché à fort potentiel tout en évitant la disruption.

LES FAITS

- La néobanque permet désormais à ses clients d'investir une partie de leur trésorerie en crypto-actifs.
- Qonto encadre néanmoins cette ouverture en précisant que l'utilisation des crypto-monnaies depuis son compte Qonto sera désormais possible mais restreinte.
- Les investissements en crypto-monnaies seront donc soumis à plusieurs conditions, la première concernant le fait que cette activité d'investissements en crypto-monnaie ne devra représenter qu'une partie minoritaire de la trésorerie des clients de Qonto.
- La FinTech n'ouvre par ailleurs son nouveau service qu'à certaines plate-formes :
 - disposant d'une licence PSAN de Prestataire de Services sur Actifs Numériques,
 - domiciliées aux Etats-Unis, en Allemagne, au Royaume-Uni ou en France.
- Qonto se donne le droit de réclamer des justificatifs et des explications à ses clients pour que ces derniers prouvent la conformité de leurs opérations.
- Des flux de cryptomonnaies trop importants ou une utilisation non conforme des comptes Qonto pourront engendrer des fermetures de comptes.

ENJEUX

- **Un positionnement de raison** : En tant que start-up la plus valorisée de la French Tech française, [Qonto](#) ne pouvait pas rater le virage des crypto-monnaies et surtout, prendre le risque de se couper d'une partie du marché des professionnels intéressés par ces investissements.
- **Garder son statut de référence** : L'ouverture de Qonto aux crypto-monnaies s'opère doucement, de l'aveu même de la FinTech. Qonto justifie ce positionnement en mettant en avant son rôle en tant qu'établissement de paiements régi par la Banque de France et l'ACPR.
- **Satisfaire de nouveaux usages** : En s'ouvrant aux crypto-monnaies, Qonto ne cible pas les professionnels de ce marché mais la part grandissante des professionnels souhaitant investir ou dont l'activité est en partie liée à ce marché : le consulting par exemple.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché des crypto-monnaies n'est plus seulement l'apanage des spécialistes. Une part grandissante d'acteurs historiques et non spécialisés se positionnent au fil du temps, participant à la démocratisation de ce marché dans un cercle vertueux qui apparaît aujourd'hui inéluctable.
- En France, d'autres acteurs tels que [Lydia tout récemment](#), se sont lancés dans la bataille. Le choix des partenaires reste néanmoins toujours erratique. Quand Lydia opte pour Bitpanda, plateforme enregistrée

PSAN mais basée en Autriche, Qonto lui préfère des prestataires tels que Coinhouse, LGO Europe, Paymium et StackinSat.

- Nicolas Louvet, CEO de Coinhouse, a en tous cas avancé que cette tendance finirait par concerner l'ensemble des acteurs des services financiers, banques historiques comprises.

Source : [Blog](#)



Puis-je utiliser de la cryptomonnaie avec mon compte Qonto?

Autrement dit : la crypto



Écrit par Vera

Mis à jour cette semaine

Chez Qonto, l'utilisation de cryptomonnaie est possible mais réglementée. En effet, nous n'acceptons pas toutes les activités, ni toutes les transactions.

Fraude

Evina sécurise le paiement mobile des opérateurs télécom

Paieement – France – 24/11/2021

Une nouvelle FinTech vient de réaliser une levée de fonds en France. Cette fois, il s'agit d'Evina, une spécialiste de la sécurisation du paiement mobile. L'intérêt qu'elle suscite révèle l'importance de cette problématique, alors que les habitudes de consommation et de paiement connaissent une profonde révolution actuellement.

LES FAITS

- Evina est une start-up française proposant aux opérateurs télécoms d'identifier et de neutraliser les risques de fraudes liés aux opérations de paiement mobile.
- Elle met en avant le fait d'avoir permis d'empêcher près de 200 millions de fausses transactions et ainsi de sauver plus d'un milliard d'euros au cours des 12 derniers mois de son activité, grâce à un taux de détection des fraudes estimé à 99,94 %.
- Elle compte, parmi sa quarantaine de clients, des opérateurs de premier plan tels qu'Orange, Bouygues Telecom ou Vodafone.
- Elle vient de réaliser une levée de fonds de 20 millions d'euros, avec l'ambition de renforcer son offre de sécurisation pour l'ensemble des opérations débitées directement sur les factures télécom :
 - services de paiement via une carte SIM,
 - paiements in-app,
 - abonnements au services de streaming,
 - services de retraits et de transfert d'argent.
- Ses investisseurs sont notamment le fonds new yorkais Radian Capital, 50 partners, SaaS Partners et Id4 ventures.

ENJEUX

- **Accompagner un nouveau modèle :** Connu sous le nom de « direct carrier billing », le marché de la facturation directe via facture des clients des opérateurs télécom croit très vite : près de 20 % des achats mondiaux de contenus numériques passent par les télécoms, selon une étude de Juniper Research, contre 68.5 % pour la carte bleue. Il représente plus de 40 milliards de dollars en 2021.
- **Acquérir une reconnaissance :** Evina opère ses activités depuis 2018 mais restait éloignée des lumières et des médias depuis son lancement. En levant de nouveaux fonds, elle attire aujourd'hui les projecteurs pour accélérer son déploiement. Elle prévoit de tabler sur ses nouveaux fonds pour ouvrir de nouveaux bureaux à l'étranger et renforcer son équipe de R&D.

MISE EN PERSPECTIVE

- Evina sécurisent actuellement plus de 16 millions de transactions chaque jour dans près de 70 pays. Elle réalise déjà plus de 80 % de son chiffre d'affaires hors de France et envisage ainsi logiquement de s'imposer comme une référence internationale.
- Plus de 2500 milliards de dollars transitent par ailleurs via les portefeuilles électroniques des opérateurs, un montant qui devrait doubler dans les 5 ans.

Source : [Communiqué de presse](#)

The Evina logo consists of a crown icon above the word "EVINA" in a bold, black, sans-serif font. The letters are widely spaced and the overall design is clean and modern.

EVINA

Identité numérique et Biométrie

MasterCard et Adobe transforment les signatures en paiements

Paiement – Etats-Unis – 25/11/2021

Adobe vient d'annoncer son nouveau partenariat avec MasterCard. Leur association débouchera sur le lancement d'une nouvelle solution de paiement numérique accélérée, validant le déblocage des fonds grâce à la signature de document administratif. Une petite révolution qui illustre une nouvelle fois le fait que le paiement devient un service automatisé au sein de processus plus complexes.

LES FAITS

- Adobe a donc annoncé le lancement d'une solution intégrée combinant les signatures électroniques, via Adobe Sign, avec des paiements instantanés réalisés via Mastercard Send.
- Le nouveau partenariat signé entre Adobe et MasterCard participe ainsi à l'automatisation de tout un processus :
 - création des formulaires en ligne sécurisés,
 - vérification d'identité,
 - routage automatisé des documents pour les approbations,
 - signatures électroniques,
 - paiements instantanés.
- Le dispositif s'adapte à un usage BtoBtoC en proposant une solution particulièrement efficace pour régler les procédures de gestion des réclamations d'assurance, des remboursements médicaux, des frais de scolarité, du déblocage d'aide financière gouvernementale, entre autres cas d'usages.
- Parcours clients :
- Les consommateurs sont invités à utiliser Adobe Sign pour vérifier leur identité, remplir leurs informations personnelles (relatives à leur demande d'aide ou de remboursement) et signer leurs documents de façon électronique.
- Adobe collecte ces informations de manière sécurisée avant que les entreprises à l'origine de la demande des justificatifs envoyés aux consommateurs puissent approuver les paiements de manière toujours 100 % numérique.
- Après approbation, Mastercard initie les paiements quasi-instantanément en transférant les fonds sur les cartes de débit éligibles via Mastercard Send.

ENJEUX

- **Une solution intégrée de bout-en-bout** : Adobe travaille à développer des flux de travail sans papier transparents et sécurisés. La solution intégrée Adobe Sign et Mastercard Send permet d'activer un moteur de communication et de paiement sécurisé de bout en bout, facile à intégrer dans n'importe quel système de gestion des sinistres existant grâce aux API extensibles d'Adobe Sign.
- **Rationaliser les procédures** : La liaison d'Adobe Sign et Mastercard Send porte la promesse d'automatiser les processus de décaissements lors d'opérations administratives lourdes. C'est la validation des documents et leur signature qui déclenche ainsi directement le processus de paiement et supprime de

nombreuses étapes (transfert des informations entre les services décisionnaires et la comptabilité notamment) ralentissant les systèmes actuellement.

- **Disrupter des modèles archaïques** : Le traitement des chèques imprimés peut prendre de 7 à 10 jours dans certaines organisations. Le service mutualisé de MasterCard et Adobe promet, pour sa part, la validation des paiements en temps réel.
- **Répondre aux problématiques du marché de l'assurance** : Adobe et MasterCard insistent sur l'adaptabilité de leur service aux besoins des assureurs et de leurs assurés. Sur ce marché, le déblocage des aides financières est souvent urgent. Les volumes sont à la hauteur des enjeux puisque les assurés dépensent chaque année quelques 2,4 milliards de dollars en primes d'assurance dans le monde.

MISE EN PERSPECTIVE

- La transformation numérique des services financiers rend la frontière de plus en plus floue entre les moyens de paiements et les systèmes informatiques au sein desquels la validation d'une action peut entraîner d'autres actions automatiquement.
- Or, comme pour le paiement en un clic, Adobe et MasterCard présente ainsi un nouveau modèle d'automatisation des paiements dans un processus complet. Adobe travaille d'ailleurs aussi avec le fournisseur de paiement en un clic Bolt pour faciliter les paiements.
- Le lancement de ce nouveau service commun de MasterCard et Adobe représente par ailleurs un énième exemple de la tendance forte rapprochant actuellement l'identité (et ici plus particulièrement la signature de document) au paiement.

Source : [Communiqué de presse](#)

