



Les faits marquants du mois

BNPL – La menace réglementaire grandit

- **EUROPE** – Retour d'expérience : Le BNPL dope les ventes de la Cyber week
- **ETATS-UNIS** – Klarna et GoCardless signent un partenariat américain
- **ETATS-UNIS** – Le CFPB s'attaque aux « Big Five » du BNPL

Klarna continue à agiter le secteur du BNPL à coups de rachats et de partenariats. Ce mois-ci Klarna a annoncé un nouveau partenariat avec la FinTech spécialiste du virement de compte à compte GoCardless pour le déploiement de sa solution pay in 4 à tous les clients américains de la FinTech. Le mois dernier, elle s'associait à Stripe, la plus grosse FinTech américaine pour ouvrir ses offres à l'ensemble des e-commerçants qui utilisent Stripe. Les autres FinTech américaines ne sont pas en reste puisque Affirm continue sa percée auprès des marchands US après avoir signé Amazon et Shopify et Afterpay de son côté s'est associée à la marketplace Rakuten pour développer ses offres. Une étude menée par le PSP européen Mollie a pointé une augmentation de 51 % de l'utilisation du mode de paiement en différé par rapport à l'édition 2020 durant la cyberweek (Black Friday + Cyber Monday). Mais, cette croissance est sous surveillance, tant en Europe qu'aux Etats-unis où le régulateur ne va pas tarder à poser des limites. Le CFPB, le Bureau de protection financière du consommateur a annoncé il y a quelques jours qu'il lançait une enquête sur plusieurs des sociétés distribuant des services de BNPL. PayPal, Affirm et Afterpay et Klarna sont notamment concernées. L'enquête du CFPB pourrait marquer un tournant pour le secteur. Dès l'annonce des investigations, les titres des principaux acteurs du marché ont chuté en Bourse : Affirm a perdu 11 %, son concurrent australien Afterpay a reculé de 8 %. Le rapport pointe notamment un risque de surendettement sous-estimé à l'échelle nationale.

Encaissement – Plus de simplicité et de fluidité pour payer l'addition

- **FRANCE** – Edenred propose le paiement par QR code grâce à Sunday
- **ETATS-UNIS** – Facebook teste un nouveau service de partage d'additions
- **FRANCE** – BPCE institutionnalise le don grâce à la FinTech Heoh

Si la pandémie a accéléré son adoption tardive en Europe, des innovations mondiales en matière de paiement mobile et de nouvelles expériences d'achat installent le QR code durablement dans le paysage. Le mois dernier la FinTech Payconiq annonçait un partenariat avec Worldline pour rendre ses terminaux compatibles avec la solution de paiement Payconiq utilisant le QR code. Ce mois-ci Edenred annonce un partenariat avec Sunday la FinTech lancée par les fondateurs de la chaîne de restaurants Big Mama, qui arrive au 9^e rang des fintechs les plus financées en France en 2021. Celle-ci promet grâce au QR code un paiement plus fluide sans passage en caisse, ni même de contact avec un serveur, la possibilité de partager l'addition a posteriori, le tout 100% mobile. C'est justement cette expérience fluide de partage de l'addition par lequel Meta essaye de relancer ses services de paiement p2p au sein de son service de messagerie Messenger. Enfin, en termes d'expériences de paiement enrichies, Heoh a noué un nouveau partenariat avec le groupe BPCE, quelques mois après celui avec BNPP pour le paiement des pourboires ; celui-ci visera le versement de dons au moment du paiement chez les commerçants et permettra au groupe BPCE de renouer avec ses attaches mutualistes et de continuer à s'impliquer en faveur de ses clients commerçants en innovant dans le domaine du paiement.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
SERVICES MOBILES	4
Retour d'expérience : Revolut prend une longueur d'avance face à la concurrence	4
TikTok rémunère ses créateurs grâce à Stripe	6
Facebook teste un nouveau service de partage d'additions	8
Retour d'expérience : N26 fait un point sur la clientèle des banques digitales	10
PAIEMENT B2B	13
Zopa abandonne son cœur de métier	13
Topi, un nouvel acteur pour le BNPL B2B	15
OPEN BANKING	17
Tide parie sur l'Open Banking pour simplifier les finances des professionnels	17
PAIEMENT FRACTIONNE	19
Retour d'expérience : Le BNPL dope les ventes de la Cyber week	19
Klarna et GoCardless signent un partenariat américain	21
E-COMMERCE, E-PAYMENT	23
Klarna lance son extension de navigateur dédiée au BNPL	23
TPE, ENCAISSEMENT, MPOS	25
Stripe étend sa présence physique en Europe	25
Revolut offrira aussi de l'encaissement	27
BPCE institutionnalise le don grâce à la FinTech Heoh	29
Edenred propose le paiement par QR code avec Sunday	31
TSP (TITRES SPECIAUX DE PAIEMENT)	33
Swapi rend la fidélisation interopérable	33
STRATEGIE D'ACTEURS	35
EPI : un succès en demi-teinte	35
Lydia devient une nouvelle Licorne française	37
Publicis passe de la pub à la FinTech	39
BLOCKCHAIN ET MONNAIES VIRTUELLES	41
Visa se pose en expert des crypto-monnaies	41
Novi testé au sein de WhatsApp	43
"Objectif Lune" pour Binance et France FinTech	45
Qonto s'ouvre prudemment aux cryptomonnaies	47
FRAUDE	49
Nets et Ethoca luttent contre la retrofacturation	49

En bref

Stratégie d'acteurs

ETATS-UNIS – Particulièrement dynamique ces derniers mois, Square, le géant américain de l'acceptation de paiement, vient d'annoncer un changement de nom visant à mieux définir les nombreuses nouvelles activités du groupe. Car si l'activité d'encaissement conservera bien son nom Square, le groupe est pour sa part rebaptisé Block, ce qui traduit bien ses ambitions dans le domaine de la Blockchain et des cryptomonnaies. Square Inc. deviendra donc Block Inc. et rassemblera les nombreuses marques désormais portées par le groupe telles que Square (encaissement), Tidal (streaming musical), Square Banking ou Cash App (transfert d'argent). Le groupe s'intéresse par ailleurs au crédit et aux crypto-monnaies. Son activité Square Crypto sera d'ailleurs elle aussi rebaptisée pour devenir Spiral. Le nom de Block ne fait d'ailleurs pas seulement référence au virage vers les crypto-monnaies et la Blockchain pris par le groupe mais aussi à son engagement à proposer un écosystème global composé de plusieurs activités. Jack Dorsey, co-fondateur de Twitter et Square, avait récemment quitté son poste de PDG du réseau social pour se concentrer sur l'activité de Square/Block, ce que les investisseurs ont salué comme un geste fort étant donné l'importance que prend le nouveau groupe et ces multiples activités.

Services mobiles

Retour d'expérience : Revolut prend une longueur d'avance face à la concurrence

Royaume-Uni – 01/11/2021

[Revolut](#) a profité de l'année 2021 pour s'imposer face à ses principaux concurrents que sont N26, Monzo ou Starling Bank au Royaume-Uni. Comment ? Grâce au nombre de téléchargements enregistrés par son application mobile bancaire ; un indicateur fort s'agissant de l'adoption du service.

LES FAITS

- Les dernières données d'App Radar ont révélé que la société londonienne Revolut avait enregistré une augmentation de 37,6 % du nombre de ses téléchargements pour son application Android, s'établissant à 5,23 millions de téléchargements sur la période de janvier à novembre 2021.
- Ses téléchargements totaux s'élèvent à 15,8 millions, plus que tout autre acteur européen.
- Ces chiffres ne représentent pas le nombre réel d'utilisateurs actifs mensuels de l'application mais reste un indicateur de dynamisme majeur pour Revolut en tant qu'acteur innovant 100 % numérique.
- Outre ce boom des téléchargements, Revolut a levé 800 millions de dollars en juillet auprès de Tiger Global et SoftBank notamment, portant sa valorisation à 33 milliards de dollars.

CHIFFRES CLES

- Plus de 16 millions de clients dans le monde, dont la majorité au Royaume-Uni et en Europe
- 200 000 clients aux Etats-Unis
- 500 000 entreprises clientes de Revolut Business en Europe
- Plus de 35 pays couverts par les services
- une trentaine de monnaies gérées via l'application

ENJEUX

- **Une croissance à contre-courant** : L'évolution des téléchargements de l'application Revolut est d'autant plus intéressant que le spécialiste App Radar a enregistré un ralentissement de la croissance des téléchargements pour les applications des principaux concurrents de Revolut : Monzo et Starling en tête.
 - [N26](#) a ainsi comptabilisé 1,33 millions de téléchargements pour son application Android cette année, en hausse de près de 15 %. Elle s'illustre donc face aux autres néo-banques en affichant une augmentation de ses téléchargements tout de même bien inférieure à celle de Revolut.
 - [Starling Bank](#) a enregistré une baisse de 3,4 % pour sa part, contre 12,7 % pour Monzo. [Monese](#) a même vu son nombre de téléchargements Android divisé par deux en un an.

- **Des scores relatifs :** Ces chiffres concernant l'évolution des téléchargements d'applications de m-banking sont à mettre en perspective avec l'année exceptionnelle de 2020 au cours de laquelle la pandémie et les confinements ont participé à un engouement inédit. Mais cette évolution confirme néanmoins une autre tendance de fonds en devenir. Si l'effervescence du marché de la FinTech et des néo-banques est toujours d'actualité, la folie des débuts semble laisser la place aujourd'hui à plus de tempérance.

MISE EN PERSPECTIVE

- Certains observateurs soulignent également les problématiques inhérentes à ce secteur, posant le paradoxe de la réussite affichée face à une rentabilité difficile à atteindre.
- Revolut représente d'ailleurs un stéréotype de cette tendance, affichant des records de progression, mais aussi de pertes.

Source : [Business Insider](#)

All your money needs in one app



TikTok rémunère ses créateurs grâce à Stripe

France – 03/12/2021

Le réseau social [TikTok](#) vient de présenter son nouveau système de rémunération dédié aux créateurs de contenus sur sa plate-forme. Il prend la forme d'un système fidélisant et présente une nouvelle initiative de monétisation dans l'ère du temps. Un spécialiste majeur du paiement, Stripe, prend part au projet et confirme son ambition de s'imposer comme une référence sur ce thème.

LES FAITS

- TikTok a présenté Creator Next, sa nouvelle stratégie visant à récompenser certains de ses créateurs de contenus. Pour être éligibles, ces derniers doivent être âgés de plus de 18 ans, compter 1000 vues minimum sur leurs vidéos publiées les 30 derniers jours et compter au moins trois posts publiés sur les 30 derniers jours. Les comptes éligibles, datant de plus d'un mois, ne doivent pas avoir violé les règles de TikTok à plusieurs reprises.
- Les nouvelles rémunérations de TikTok prennent ensuite plusieurs formes :
 - Les "Tips", ou pourboires, permettant à la communauté de féliciter les créateurs de contenus en leur versant une petite somme (des frais minimes seront appliqués sans que TikTok ne se rémunère au passage),
 - Les "Gift", ou des points de récompenses prenant la forme de "diamants virtuels", reversés aux créateurs pour la publication de vidéo ou de Live,
 - La TikTok Creator Marketplace, une place de marché lancée en 2019 pour faciliter la collaboration entre les créateurs de contenus et les sponsors. Elle s'ouvre aujourd'hui à plus de créateurs, comptant plus de 10 000 abonnés.
- Ces fonctionnalités de monétisation sont désormais disponibles pour les créateurs de contenus aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, en Italie et en Espagne. Le Canada et l'Australie y auront accès dans les mois à venir.

ENJEUX

- **Ouvrir son modèle de monétisation** : TikTok permettait déjà aux créateurs de contenus de sa plate-forme d'accepter des cadeaux virtuels de la part de leurs fans. Aujourd'hui, avec son nouveau plan stratégique Creator Next, TikTok passe à l'étape supérieure en industrialisant la monétisation de sa plate-forme.
- **Rattraper les autres plateformes sociales** : La course est lancée entre les différents réseaux sociaux qui ne peuvent plus seulement se permettre d'organiser le partage de contenus entre leurs membres mais doivent attirer et conserver les créateurs les plus prometteurs. TikTok joue la carte de la rémunération et de la fidélisation aujourd'hui et complète ainsi son approche.

MISE EN PERSPECTIVE

- La [monétisation](#) du contenu sur les réseaux sociaux ne fait que se renforcer, l'année 2021 représentant clairement une année charnière pour cette tendance. C'est le tout jeune réseau social [Clubhouse](#) qui lançait

la tendance sur ce thème avec la présentation, en avril dernier, d'une nouvelle fonctionnalité de paiement entre membres permettant de rétribuer les créateurs de contenus.

- Twitter monétisait son audience en septembre suivant en présentant ses [Super Follows](#), permettant à ses membres les plus éminents de gagner de l'argent en ligne.
- Principal point commun de ces deux initiatives : le partenaire choisi pour régler ces paiements : [Stripe](#). Et son rapprochement aujourd'hui, avec TikTok, ne fait que renforcer l'idée que le géant du paiement en ligne table sur sa domination des réseaux sociaux pour assurer son avenir.

Source : [Communiqué de presse](#)



Facebook teste un nouveau service de partage d'additions

France – 07/12/2021

[Facebook](#) vient de se rebaptiser Meta mais n'en oublie pas moins son coeur de métier : celui d'un réseau social. Le groupe vient donc d'annoncer qu'il allait booster les fonctionnalités de son service de messagerie instantanée [Messenger](#) en cette fin d'année. Le paiement prend une place de choix dans cette approche de renforcement des services coopératifs.

LES FAITS

- Facebook vient donc de lancer une nouvelle future fonctionnalité de paiement pour son service de messagerie Messenger. Cette dernière, baptisée Split, sera avant tout disponible en test pour quelques utilisateurs américains.
- Split est présenté comme un nouveau moyen pratique et rapide de partager des factures, additions et autres dépenses communes entre amis ou membres d'une même famille. Dîners de groupe, dépenses ménagères quotidiennes ou même loyer mensuel sont ainsi identifiés comme autant d'exemples de dépenses partagées pouvant être couvertes par la nouvelle fonctionnalité Split.
- Une première phase de test va donc être lancée, impliquant une sélection d'utilisateurs de Messenger. Ces derniers pourront commencer à utiliser Split, le nouveau service de paiement fractionné de Facebook, gratuitement depuis le service de messagerie instantanée.
- Un simple bouton leur sera ainsi présenté au sein de leurs groupes de discussions, pour faciliter la division des factures et autres additions entre les participants du groupe.
- Il sera possible de diviser une dépense commune de manière égale ou bien de définir un montant personnalisé par personne.

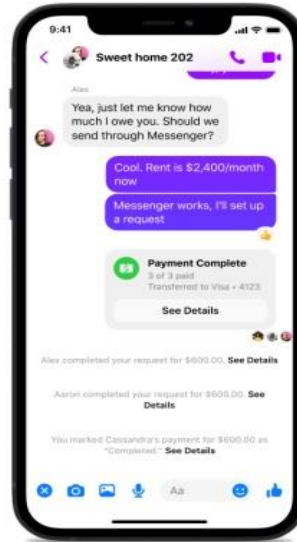
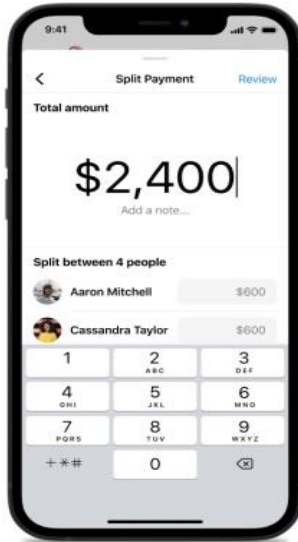
ENJEUX

- **Valoriser son propre écosystème de paiement** : L'utilisation du nouveau service Split nécessitera de passer par [Facebook Pay](#). Le réseau social multiplie donc ses fonctionnalités de paiement dans une stratégie globale de captation au sein d'un écosystème unique.

MISE EN PERSPECTIVE

- Avec le lancement d'une phase pilote très attendue pour le [Novi](#) de Facebook aux Etats-Unis, cette fin d'année aurait dû être calme pour les autres services de paiement du géant social. Mais la stratégie de Meta/Facebook est décidément à la multiplication des expériences en faveur d'une accélération des solutions à valeur ajoutée au coeur de ses offres de bases.
- D'autant que le projet phare Novi vient de subir à nouveau coup dur avec le départ de son directeur, [David Marcus](#). Un mauvais signal alors que le projet de crypto de Facebook/Meta a déjà rencontré de très nombreux [obstacles](#) au cours de son développement.

Source : [Blog](#)



Retour d'expérience : N26 fait un point sur la clientèle des banques digitales

Europe – 16/12/2021

N26 s'est associée à Accenture afin de réaliser une vaste étude sur les attentes des consommateurs en matière de services bancaires numériques. Cette étude dresse un bilan des facteurs qui ont permis le développement important qu'elles ont connu depuis le début de la crise sanitaire, mais également des opportunités et du potentiel de progression encore important.

LES FAITS

- N26 et Accenture ont donc réalisé une étude commune afin de mieux comprendre les habitudes et attentes des consommateurs vis à vis des banques numériques.
- Leur étude a ainsi permis d'interroger plus de 47 000 clients de banques numériques ou traditionnelles à travers 28 marchés.
- Le nombre de consommateurs possédant un compte bancaire dans une banque en ligne représente désormais 23 % de la population, soit environ 450 millions de clients.
- Mais le potentiel de croissance est encore fort. Globalement, 69 % des sondés se montrent ouverts aux avantages de la banque 100 % en ligne d'après cette étude. Les principaux moteurs d'adoption des services bancaires numériques sont les suivants :
 - une expérience optimisée, simple, pratique, et entièrement accessible depuis un mobile,
 - une communication claire,
 - des tarifs compétitifs.
- Les clients des banques traditionnelles mettent néanmoins en avant deux raisons principales expliquant qu'ils ne disposent pas de compte auprès d'une banque en ligne :
- 47 % sont satisfaits des services de leur banque traditionnelle,
- 42 % ne connaissent pas bien les offres des banques en ligne.
- En termes de disparités géographiques, l'Arabie saoudite, les Émirats arabes unis, le Brésil et la Chine comptent la plus grande part de population déjà convertie à la banque 100 % numérique. Mais l'essor de ces offres en Europe occidentale s'accélère, et notamment en Espagne, en Allemagne, en Belgique, en Italie et aux Pays-Bas.

ENJEUX

- **Une tendance exacerbée par la pandémie de COVID-19** : Cette nouvelle étude souligne, s'il le fallait encore, le fait que la pandémie aura agi comme un moteur de la transition numérique, y compris en matière d'habitude bancaire. N26 estime, via son étude de marché, que le nombre de clients des banques en ligne pourrait atteindre 70 % de la population des 28 pays analysés soit 1,4 milliard de clients potentiels.
- **Leviers d'acquisition** : En matière de banque numérique, la confiance dans l'institution financière est essentielle. Bien que 35% de la population bancarisée en Europe déclare que les caractéristiques typiques des banques numériques ne les motiveraient pas à ouvrir un compte bancaire exclusivement

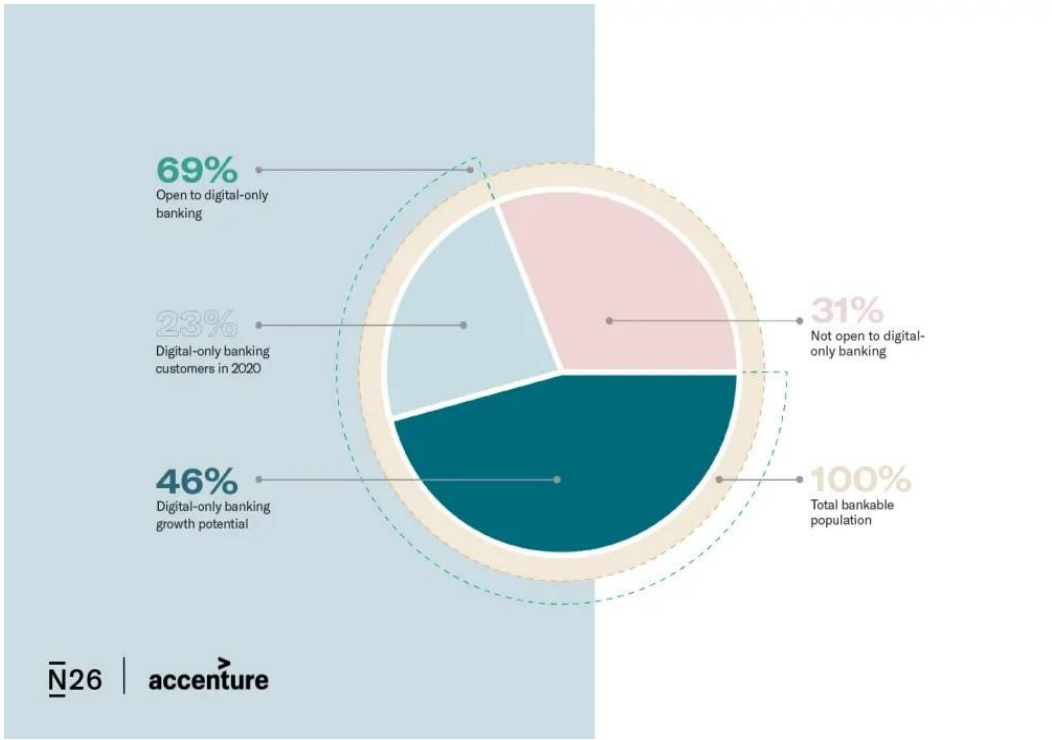
numérique, 65% pourraient néanmoins être convertis aux banques numériques en raison de leur proposition de valeur claire.

- **Des opportunités géographiquement éparses** : Entre 2018 et 2020, le taux d'adoption des services de banques en ligne a été multiplié par deux en Suisse, au Brésil, en Irlande, au Royaume-Uni et en France. Accenture et N26 estiment que le marché devrait être particulièrement porteur en Chine et aux Etats-Unis ces prochaines années ; ils pourraient respectivement représenter 771 millions et 148 millions de clients.
- **Les femmes pourraient constituer la prochaine vague pour les banques digitales** : Si au cours des premières années de la banque numérique, les clients étaient généralement des hommes et des personnes à hauts revenus, la situation est en train de changer. Une autre tendance notable concerne le changement de l'âge des utilisateurs de la banque numérique. Souvent considérée comme un service pour les jeunes générations, la banque numérique en Europe décolle également chez les clients d'âge moyen.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'actualité de N26 a été marquée par des faits contrastés ces derniers mois. La néo-banque fait en effet face à la [défiance](#) de l'organisme allemand de surveillance financière BaFin, qui lui reproche la faiblesse de ses contrôles anti-blanchiment. Une décision qui a entraîné la décision pour la néobanque de [quitter](#) le territoire américain en novembre pour, officiellement, se recentrer sur ses activités européennes.
- Un coup dur qui n'aura pas empêché N26 de conserver la confiance des investisseurs et de réaliser une [levée de fonds historique](#) dans le cadre d'une Série E en octobre dernier.
- N26 reste néanmoins la deuxième néo-banque d'Europe après Revolut. Et si elle respecte les usages de la FinTech en restant discrète sur ses résultats, elle précise néanmoins que son seuil de rentabilité devrait être atteint en 2023. Elle prévoit par ailleurs de réaliser une introduction en Bourse qui lui imposera de publier ses résultats et faire preuve de plus de transparence.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement B2B

Zopa abandonne son cœur de métier

Royaume-Uni – 09/12/2021

Spécialiste du crédit entre particuliers, [Zopa](#) s'est peu à peu imposée comme une référence de la FinTech britannique. Elle atteignait d'ailleurs un stade avancé de développement plus tôt cette année, grâce à une nouvelle levée de fonds et une diversification réussie de ses activités. Un positionnement qui lui permet aujourd'hui d'abandonner une activité, et non des moindres, puisqu'il s'agit de son offre initiale de prêt peer-to-peer.

LES FAITS

- Zopa cesse donc d'être une plate-forme de prêt entre particuliers et un acteur incontournable de l'économie collaborative. La raison invoquée est celle d'une baisse de confiance des investisseurs, suite à des pertes générées par quelques projets.
- Ces pertes ont finalement créé un effet boule de neige avec un durcissement de la réglementation et une augmentation des coûts d'exploitation et des coûts d'attraction de nouveaux investisseurs, participant à l'étouffement de l'activité.
- Zopa Bank rachètera le portefeuille de prêts P2P ; les 60 000 investisseurs de sa plate-forme récupéreront leur solde d'investissement d'ici fin janvier 2022.

ENJEUX

- **Un aveu de demi-échec** : Zopa a tout de même permis de prêter plus de 6 milliards de livres sterling via les prêts peer-to-peer depuis 2005. La plate-forme met ainsi en avant son positionnement prudent sur le marché, assurant avoir généré un rendement positif (5 % en moyenne et 3,9% pendant la pandémie) pour ses investisseurs au cours des 16 années d'activité de son offre de prêt peer-to-peer.
- **Concentrer ses efforts sur un modèle plus pérenne** : Pionnier de l'économie collaborative, Zopa souligne le fait que son cœur de métier lui aura néanmoins donné le carburant nécessaire pour construire une offre financière plus large, mais aussi plus classique. Zopa précise avoir enregistré une forte demande pour ses récentes cartes de crédit et son compte épargne. Elle aurait attiré 675 millions de livres sterling de dépôts et émis 150 000 cartes de crédit.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'année 2020 a été particulièrement dynamique pour Zopa. La FinTech assurait ainsi sa mue en [néo-banque](#) en juin, avant de lancer son premier [compte épargne](#) au mois d'août. Elle finissait l'année en assurant aussi la transformation de son cœur de métier, Zopa lançait ainsi une [carte de crédit](#) en novembre pour aider ses porteurs à mieux gérer leurs finances personnelles.
- Zopa a ainsi opéré sa sortie progressive de l'économie collaborative, en détaillant peu à peu les contours d'une offre complète de néo-banque. Elle concrétise aujourd'hui cette stratégie en fermant son activité

de prêt peer-to-peer, forte de ses récents [fonds levés](#) et de sa prochaine rentabilisation, prévue fin décembre.

- Zopa prévoit par ailleurs d'assurer son entrée en Bourse fin 2022.

Source : [Blog](#)



Topi, un nouvel acteur pour le BNPL B2B

Allemagne – 21/12/2021

Basée à Berlin, la FinTech Topi vient de réaliser une première levée de fonds afin de concrétiser une solution de paiement pensée spécifiquement pour gérer les transactions entre professionnels. Elle associe des fonctionnalités du paiement instantané à des offres de financement et promet une gestion de trésorerie ainsi améliorée.

LES FAITS

- Topi vient de lever 4,5 millions de dollars dans le cadre d'une cession de financement en pré-amorçage auprès d'investisseurs tels qu'Index Ventures et Creandum.
- La FinTech est à l'origine d'une nouvelle solution de paiement B2B qui se veut innovante dans sa capacité à organiser les échanges commerciaux avec plus de fluidité et de praticité.
- Elle porte en effet un modèle de paiement capable de gérer le processus de vente en BtoB dans son intégralité, de manière 100 % numérique. Les utilisateurs de son service pourront ainsi réaliser des paiements rapidement, sans justificatifs, en l'associant à des offres de financement.
- Topi offrira des financements sur 5 ans maximum, via un système d'approbation instantané.
- L'objectif étant d'aider les entreprises à régler des achats coûteux mais urgents, suite à la panne d'une machine de production par exemple.

ENJEUX

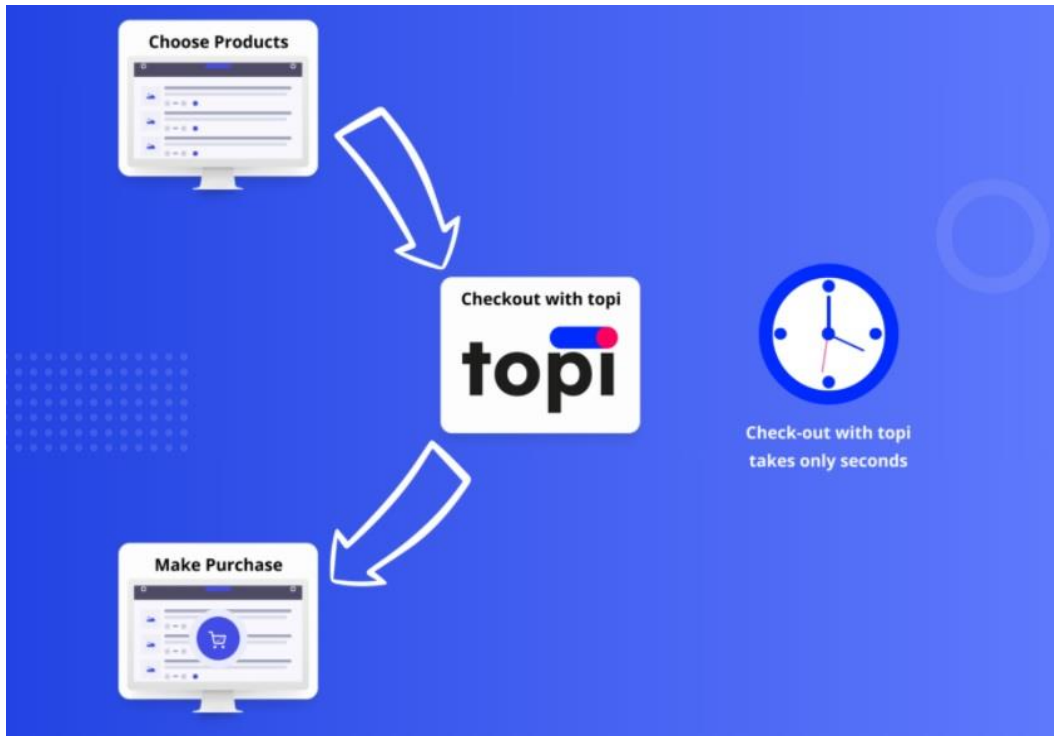
- **Des besoins mal adressés** : Alors que dans l'espace grand public B2C, les options de paiement, débit ou crédit, portefeuilles numériques, assurances et options BNPL sont de plus en plus communes, le secteur B2B reste largement sous exploité. Le marché des solutions de paiement interentreprises s'élève pourtant à 120 000 milliards de dollars et représentera cinq fois la taille du marché des paiements de biens de grande consommation d'ici 2028.
- **Adapter les offres aux particuliers** : Lorsque les entreprises effectuent un achat, en particulier un article coûteux, elles doivent soit couvrir le coût de cet investissement en totalité, soit faire appel à leur banque pour demander un prêt. Les encours sont nettement supérieurs lors d'un achat B2B, ce qui majore le risque. Cependant, l'objectif de Topi est de proposer une solution qui soit aussi conviviale que celles proposées dans l'univers B2C, avec une prise de décision quasi instantanée.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les créatrices de Topi viennent d'Apple et de Goldman Sachs. Cette association illustre ainsi le potentiel de l'alliance des forces entre spécialistes technologiques et institutions financières plus classiques dans le renouvellement des offres de services financiers.
- Topi illustre par ailleurs le potentiel de l'Open Banking. Car pour accorder des financements instantanément et valider les paiements via son service sans justificatif, Topi s'appuiera sur l'analyse automatisée d'une masse de données provenant des autres services de paiement ou des sites de e-commerce (sur Shopify par exemple) générées par les entreprises utilisant son service.

- La FinTech défend des ambitions européennes, voir mondiale, pour le déploiement de son service.

Source : [Communiqué de presse](#)



Open Banking

Tide parie sur l'Open Banking pour simplifier les finances des professionnels

Royaume-Uni – 01/11/2021

La néobanque dédiée aux professionnels [Tide](#) défend, depuis sa création, une approche innovante des services financiers pour les petites et moyennes entreprises. Elle poursuit aujourd'hui dans cette voie en tablant sur l'Open Banking pour attirer de nouveaux clients en ouvrant ses offres d'analyse des flux de trésorerie aux clients non titulaires d'un compte Tide. Cette démarche, qui prend à contre-courant la tendance aux partenariats entre les Fintech, ouvre une nouvelle voie pour stimuler la concurrence dans ce secteur.

LES FAITS

- Tide, l'application financière pour les entreprises, est sur le point de tenter un bouleversement du marché en ouvrant ses services aux non-titulaires de comptes via l'open banking.
- Les clients professionnels des autres organismes financiers et des banques traditionnelles pourront désormais utiliser les services de gestion de trésorerie et les fonctionnalités prédictives de Tide (baptisé Cashflow Insights) pour gérer leurs flux de trésorerie.
- Grâce à l'Open Banking, Tide pourra désormais utiliser les données des comptes bancaires professionnels des entreprises souhaitant profiter de ses offres.
- Tide prévoit d'ores et déjà d'étendre son offre en leur proposant, à terme, d'autres fonctionnalités complémentaires de facturation, de paiements, de gestion des dépenses, de gestion de paie ou encore de crédit.

ENJEUX

- **S'ouvrir une plus large part de marché** : Tide couvre actuellement les besoins de près de 350 000 PME mais envisage, grâce à son modèle Open Banking, de toucher 100 000 nouveaux clients d'ici fin 2022.
- **Vers toujours plus de finance intégrée** : Tide défend comme principal objectif le fait de se positionner comme un prestataire de service complet pour faciliter la gestion financière des petites entreprises. La FinTech se pose comme un partenaire administratif et comptable capable de proposer des services aboutis pour améliorer la productivité globale des entreprises. Et son modèle désormais basé sur l'Open Banking leur promet de réaliser cette mission sans les obliger à changer de banque.
- Cela signifie que les clients de Starling Bank, Natwest et Barclays peuvent essayer Tide sans changer de banque et accéder aux outils financiers de Tide tels que les systèmes comptables.
- **Contourner un problème** : Le changement de banque représente, en soit, une procédure chronophage et complexe. D'ailleurs, si près de 13 % des entreprises britanniques déclarent envisager de changer de banque dans les 12 mois, en pratique, elles sont seulement 4 % à sauter le pas.

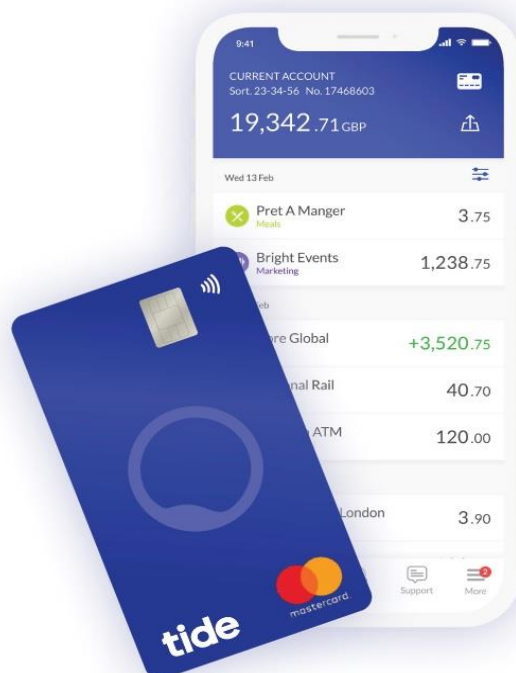
MISE EN PERSPECTIVE

- Le Royaume-Uni a vu naître un organisme en 2016, l'Open Banking Implementation Entity (OBIE), destiné à mettre en oeuvre l'open-banking dans le pays. Cette création traduit une forte volonté gouvernementale d'ouvrir le marché des services financiers et de lutter contre l'inertie des grands groupes sur le thème.
- Avec succès puisque le marché britannique est aujourd'hui en avance par rapport au reste de l'Europe, comme le démontre les résultats d'une [étude](#) réalisée en fin d'année dernière par l'OBIE.
- Et cette tendance devrait se poursuivre puisqu'elle est, aujourd'hui encore, portée par des exemples d'initiatives telles que celle de Tide sur le marché des professionnels.
- L'initiative Open Banking de Tide est par ailleurs soutenue par une aide de 25 millions de livres émanant du gouvernement britannique et de la commission européenne pour favoriser la concurrence sur le marché des services bancaires aux entreprises.

CHIFFRES CLES

- 2016 : Création
- 350 000 clients
- Plus de 500 employés
- Plus de 150 millions de Livres de levées de fonds
- 3 bureaux installés à Londres, en Bulgarie et en Inde

Source : [Linkedin](#)



Paiement fractionné

Retour d'expérience : Le BNPL dope les ventes de la Cyber week

Europe – 08/11/2021

Le PSP néerlandais [Mollie](#), devenue Licorne de la FinTech, a présenté un nouveau rapport sur le paiement en différé. La période de fin d'année et les grandes soldes ont boosté les usages et la tendance, validant l'évolution de ce type d'offre. Reste que le BNPL fait l'objet d'après débats. Et même si ce nouveau rapport pousse pour un encadrement a minima de ces facilités de paiement qui soutiennent la croissance du commerce en ligne, la réglementation attendue pourrait tout aussi bien avoir un impact fort sur le développement de cette tendance.

LES FAITS

- Le nouveau rapport publié par Mollie concerne l'évolution des méthodes de paiement employées par les petits et moyens commerçants pendant le Black Friday, la Cyber Week et le Cyber Monday. Il concerne plusieurs dizaines de milliers de commerçants en Europe.
- Un enseignement principal ressort, s'agissant de l'usage des modes de paiement en différé ou fractionné pendant la période de soldes du Black Friday et du Cyber Monday. L'utilisation de ce type de service alliant paiement et crédit a ainsi bondi de 51 % en un an (en volume de paiement).
- Le Black Friday représente par ailleurs une nouvelle manne financière pour les petits et moyens commerçants européens qui ont enregistré une augmentation de 102 % de leur volume global de transactions lors du Black Friday, par rapport au vendredi précédent.
- Vêtements, chaussures et accessoires, électronique grand public et articles de sport représentent les catégories d'achat les plus plébiscitées pendant la période.

ENJEUX

- **Attester d'une montée en puissance** : Tous les observateurs s'accordent sur le fait qu'en dépit des attaques qui [visent](#) ce marché, la tendance du BNPL (qui concerne les moyens de paiements fractionnés ou différés) ne fait que se renforcer partout dans le monde :
 - Aux Etats-Unis, le directeur général de PayPal a révélé avoir enregistré des volumes de paiement Buy Now, Pay Later de 400% plus élevés au moment du Black Friday 2021 par rapport à l'année dernière.
 - En France, plus d'un commerçant sur 10 accepte un moyen de paiement fractionné aujourd'hui (moins que les 23 % de la moyenne européenne donc). La Banque de France précise que le marché reste marginal et ne représente que 5% du crédit à la consommation (soit environ 4,5 milliards d'euros par an), mais qu'il devrait continuer à croître de manière forte à l'avenir.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cet essor ne doit néanmoins pas faire oublier que les critiques liées à ces nouvelles facilités de paiement sont fondées. Au Royaume-Uni, la banque Barclays vient de révéler les résultats d'une étude portant sur l'information des consommateurs vis à vis du BNPL. Il s'avère que parmi 2 000 Britanniques ayant

confirmé avoir déjà utilisé une solution de BNPL, 40% déclarent ne pas avoir bien compris le fonctionnement du service. Plus d'un tiers des répondants précise néanmoins envisager d'avoir recours à ces facilités de paiement pour faire face à l'augmentation du coût de la vie (faisant notamment suite au Brexit). Une intention que Barclays identifie clairement comme un risque majeur pour la montée de l'endettement dans le pays.

- D'autant que les autorités européennes doivent encore [statuer](#) sur le sort de ce nouveau marché et la réglementation attendue tant au niveau britannique qu'au niveau européen pourrait mettre un sérieux coup de frein à ces nouvelles formes de financement en encadrant mieux les acteurs qui les distribuent.

Source : [Communiqué de presse](#)

Klarna et GoCardless signent un partenariat américain

Etats-Unis – 16/12/2021

Le géant du BNPL suédois [Klarna](#) fait un nouveau partenariat avec une Fintech importante pour imposer sa solution de paiement fractionné aux Etats-Unis. Pour ce faire, la FinTech étend son partenariat avec GoCardless pour s'ouvrir un nouveau canal de paiement de compte à compte.

LES FAITS

- Klarna vient donc de signer un partenariat avec GoCardless. Ce rapprochement a pour objectif de développer les services proposés par Klarna à ses 21 millions de clients américains, plus particulièrement, des paiements par prélèvement bancaire et de compte à compte.
- Klarna s'appuiera notamment sur GoCardless pour supporter sa solution de paiement en 4 fois, évitant ainsi d'avoir besoin de s'appuyer sur des cartes.
- Les clients du service n'auront qu'à donner leur accord pour que Klarna puisse, via GoCardless, initier des paiements de compte à compte de manière automatique.

ENJEUX

- **S'adapter aux nouveaux usages** : Selon Motley Fool, société privée de conseil financier et d'investissement, les consommateurs américains de la génération Z disposent de deux cartes de crédit en moyenne, contre trois pour la moyenne nationale. Le taux d'adoption des cartes de crédit est en baisse au fil de l'arrivée des nouveaux consommateurs sur le marché américain, illustrant une évolution des usages majeures dans un pays traditionnellement très attaché à la carte de crédit.
- **Etendre une association** : Klarna sait à quoi s'attendre puisque le géant du BNPL suédois travaille déjà avec GoCardless au Royaume-Uni depuis 2018. Or GoCardless est aussi présente sur le marché américain depuis 2019, y a doublé ses effectifs en 2021 et prévoit une croissance de 125 % de ses équipes en 2022.
- **Poursuivre sa prospection** : Klarna précise que le marché américain représente un nouvel eldorado et que ses ambitions de déploiement se concrétisent. Avec plus de 21 millions de [clients américains](#), Klarna a vu son portefeuille doublé localement en un an.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'annonce de l'extension de ce partenariat est l'occasion choisie par Klarna pour souligner sa vision de l'avenir du paiement. Et cette vision est claire : elle concerne le remplacement de la carte, comme moyen de paiement dominant, par les services de paiements de compte à compte.
- Klarna avait déjà noué un partenariat avec [le poids lourd du paiement, Stripe](#), en octobre dernier. Ce partenariat visait des avantages mutuels ; Klarna s'appuie sur Stripe pour gérer ses flux de paiement sur le territoire US.
- Klarna travaille par ailleurs également à l'extension de son offre et sortait tout récemment de son modèle 100 % mobile en présentant une [extension de navigateur dédiée au BNPL](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

GOCARDLESS | Klarna.

E-commerce, E-Payment

Klarna lance son extension de navigateur dédiée au BNPL

International – 13/12/2021

Référence du [BNPL](#) en Europe, [Klarna](#) propose ses services depuis une application. Or, cette approche 100% mobile est en train de changer avec le lancement d'une extension de navigateur dédiée à l'utilisation des services BNPL de Klarna depuis un ordinateur. Cette nouvelle fonctionnalité va permettre non seulement au géant du BNPL de s'ouvrir une nouvelle clientèle plus adepte des achats via leur ordinateur, mais également de se prémunir de l'arrivée de nouveaux concurrents.

LES FAITS

- Klarna lance une [extension](#) de navigateur permettant de payer des achats en plusieurs fois auprès de n'importe quel magasin en ligne (partenaire ou non de Klarna), depuis un ordinateur.
- Grâce à un module de génération de cartes virtuelles, comme depuis l'application mobile, Klarna permet désormais à ses clients de générer des cartes à usage unique à partir du navigateur de leur ordinateur. Ils ont ensuite la possibilité de copier et coller les détails de leur carte virtuelle dans le champ dédié pour valider un paiement en plusieurs fois.
- Le service était jusqu'ici en phase de test dans le cadre d'une version beta. Plus de 100 000 consommateurs ont été impliqués, validant un modèle avant même son lancement officiel.
- La nouvelle extension de navigateur Klarna permettra aux consommateurs de profiter de la même expérience depuis un smartphone ou depuis un ordinateur.
- Elle ajoute par ailleurs au service de paiement fractionné des fonctionnalités de couponing, de remboursement automatique ou de cartes-cadeau sur les produits achetés.
- L'extension de navigateur Klarna est compatible avec Google Chrome et Microsoft Edge. La prise en charge de Firefox et Safari sera par la suite déployée.
- Les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France sont avant tout concernés mais tous les marchés de Klarna disposeront de cette extension prochainement.

ENJEUX

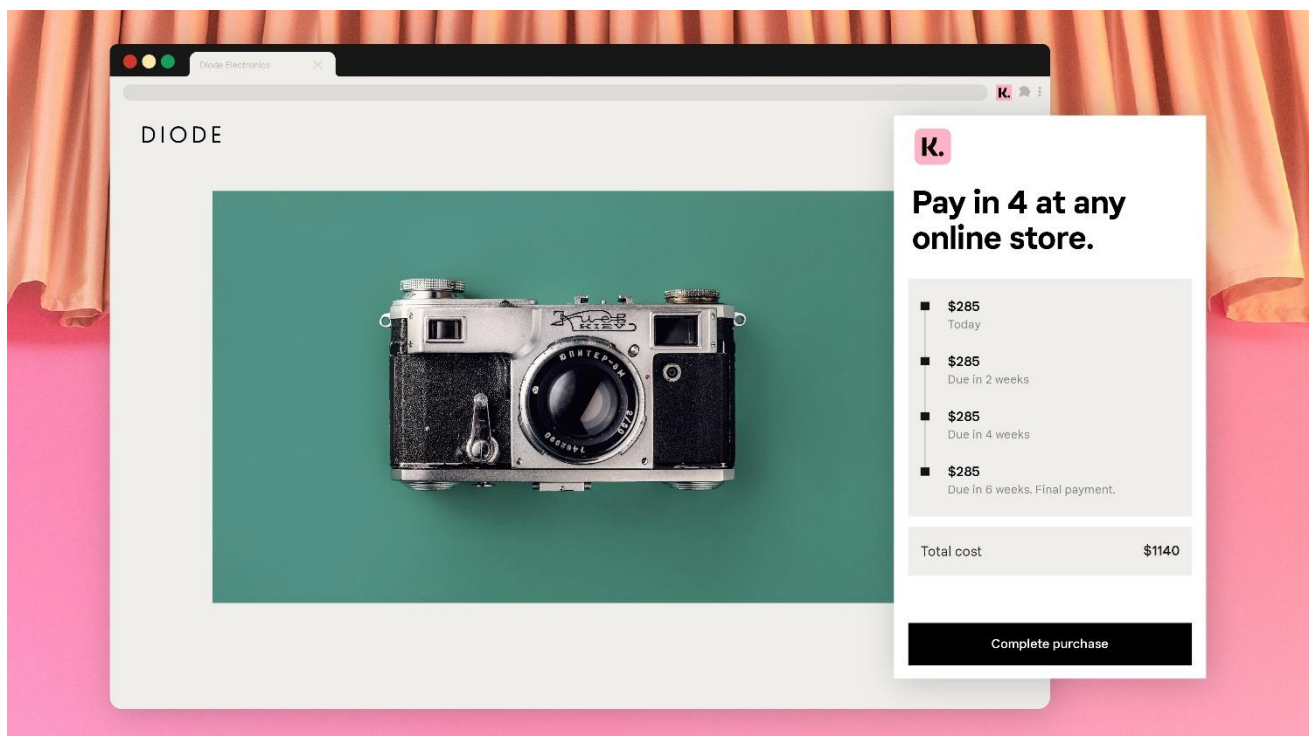
- **Bâtir un écosystème** : L'extension de navigateur de Klarna est lancée suite au rachat, par le géant suédois du BNPL, d'un spécialiste du couponing en ligne plus tôt cette année. Klarna rachetait en effet [Piggy](#) ; la start-up comptait 1,2 millions d'utilisateurs de ses services avant son rachat.
- **Profiter de nouvelles opportunités** : Déjà très bien positionné en Europe, Klarna s'ouvre, avec son extension de navigateur, à un nouveau marché à très fort potentiel. Les achats sur ordinateur représentent toujours 32 % de l'ensemble du trafic du e-commerce, alors que 44 % des commandes en ligne sont passées depuis un ordinateur.
- **Promouvoir une expérience sans couture** : Avec le déploiement de son extension, Klarna promet à ses clients une nouvelle expérience d'achat grâce à la synchronisation de leur application mobile et de leur navigateur. Une opération démarrée depuis un ordinateur pourra être finalisée depuis le mobile par exemple.

MISE EN PERSPECTIVE

- PayPal a acquis [Honey](#) pour 4 milliards de dollars fin 2019. Honey a également créé une extension de navigateur permettant d'appliquer des coupons au moment de réaliser un achat en ligne.
- Avec le lancement de son nouveau service, Klarna vient donc concurrencer PayPal sur le thème de l'extension de navigateur dédié à une expérience d'achat optimisée.
- Mais, Klarna devra aussi imposer sa nouvelle offre face à d'autres acteurs moins attendus sur ce marché du paiement alternatif. Microsoft promet en effet une [nouvelle fonction](#) de paiement en plusieurs fois (en partenariat avec la société Zip) embarquée au sein même de la prochaine version de son navigateur Edge.

[Vidéo](#)

Source : [Communiqué de presse](#)



TPE, Encaissement, mPOS

Stripe étend sa présence physique en Europe

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

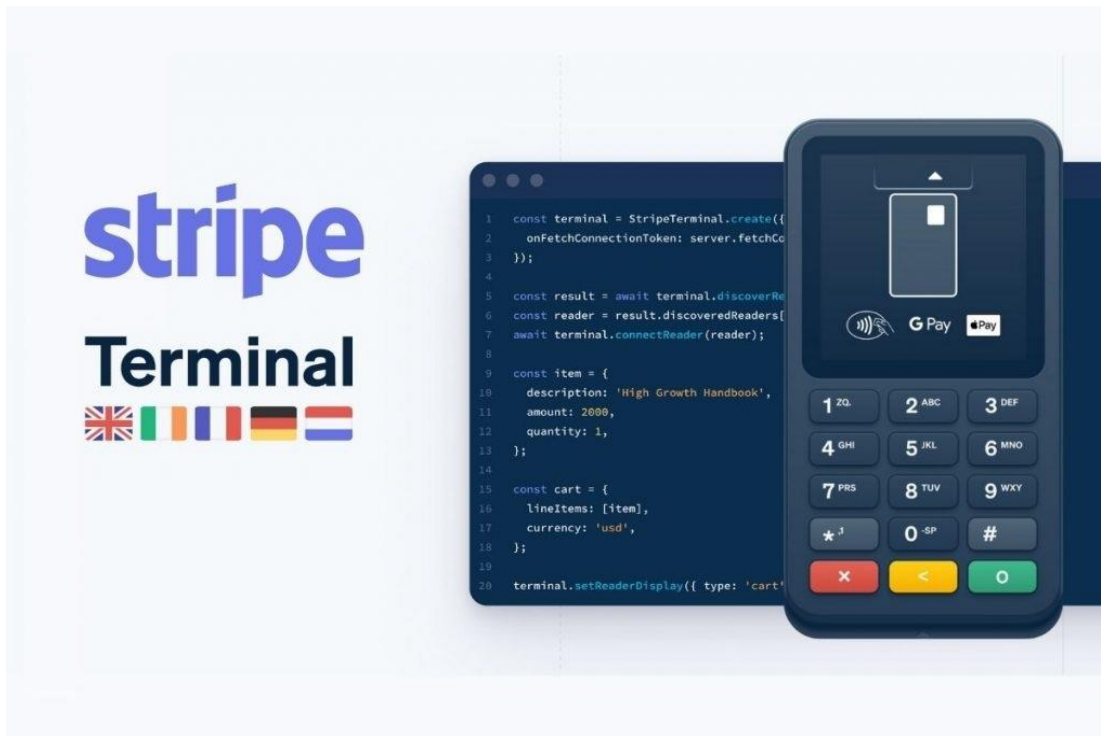
- Sumup, spécialiste de l'encaissement mobile, poursuit aujourd'hui sa diversification en Europe en lançant ses [premiers comptes destinés aux professionnels](#). Le géant de l'acceptation de paiement [Square](#) a pour sa part concrétisé ses ambitions en matière de compte bancaire en présentant [Square 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](#)



Revolut offrira aussi de l'encaissement

Royaume-Uni – 02/12/2021

[Revolut](#) a annoncé le rachat de Nobly une société de logiciels de point de vente électronique (ePOS) spécialisée dans les domaines de la restauration et de l'hôtellerie. Cette acquisition doit faciliter l'expansion de Revolut sur ces marchés. C'est aussi une manière de s'étendre vers les points de vente physique pour Revolut, qui malgré la concurrence, prévoit une croissance forte de cette activité à venir.

LES FAITS

- Nobly était créée en 2013 et est à l'origine d'un système ePOS complet, particulièrement destiné aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration.
- Les services de Nobly portent plus largement que sur le seul encaissement. Ils permettent à leurs clients de suivre leurs opérations et leurs commandes, de réaliser des inventaires, de gérer leur service en salle, de développer un programme de fidélité ou même de gérer leurs commandes à distance.
- Nobly travaille par ailleurs avec des partenaires pour densifier son offre (SumUp, QuickBooks ou Xero).
- Autant de services qui seront désormais proposés par Revolut Business et rattachés à un compte bancaire pour permettre, aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration clients de Revolut, une gestion financière centralisée.
- Outre le Royaume-Uni, les Etats-Unis et l'Australie, Revolut envisage d'étendre sa nouvelle offre partout où Revolut Business opère ses services.

ENJEUX

- **Faire face à une concurrence féroce** : Revolut subit la concurrence des acteurs américains sur le segment de son offre dédiée aux professionnels. Cette concurrence s'appuie sur une suite logicielle beaucoup plus étoffée que ce que propose Revolut à l'heure actuelle. Cette faiblesse sur la dimension verticale pourrait lui être fatale et motive donc la néobanque à bouger de ce côté de la chaîne de valeur, quitte à le faire via des partenariats ou des rachats.
- **Consolider une offre dédiée aux professionnels** : Au-delà de l'encaissement, Nobly porte une solution complète de gestion des opérations pour les commerçants et permet ainsi à Revolut de sortir de son seul rôle de banquier alternatif. Cette décision stratégique offre ainsi une nouvelle épaisseur à l'offre Revolut Business et lui permet d'opérer une transition vers un modèle parfaitement inscrit dans la [tendance actuelle](#).
- **Parier sur le cross-canal** : Revolut est, par essence, une néo-banque numérique. Elle opère là encore, avec le rachat de Nobly, un acteur du commerce physique, une transition stratégique majeure qui lui permet de consolider son positionnement dans les hôtels et restaurants.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le rachat de Nobly par Revolut illustre les prédictions très positives de la néo-banque pour le marché de l'encaissement en point de vente physique. Le marché est pourtant hyper concurrentiel et voit s'opposer les [terminaux](#) classiques au [m-Pos](#) et autres [SoftPos](#).

- Une concurrence qui crée même des tensions à l'échelle mondiale. Un scandale est ainsi né aux Etats-Unis, alors que les autorités américaines soupçonnent une fuite des informations de paiement depuis les terminaux Android du constructeur chinois PAX. Des soupçons non confirmés pour l'instant mais qui soulignent tout de même le caractère particulièrement sensible de ce marché.

Source : [Communiqué de presse](#)



BPCE institutionnalise le don grâce à la FinTech Heoh

France – 15/12/2021

[Les Banques Populaires, les Caisses d'Épargne et le Crédit Coopératif](#) concrétisent aujourd'hui leur partenariat avec la FinTech [Heoh](#), spécialisée dans la collecte de dons. L'objectif ? Offrir une solution de dons à l'ensemble des clients commerçants et professionnels du groupe BPCE. Une approche nationale capable de massifier la solidarité à l'échelle locale.

LES FAITS

- Les clients professionnels et commerçants de Banques Populaire, les Caisses d'Épargne et le Crédit Coopératif auront désormais la possibilité d'opter pour une nouvelle solution de collecte de dons intégrée au parcours de paiement de leurs clients.
- Cette dernière a été développée en partenariat avec la FinTech spécialisée Heoh. Elle repose sur une application à installer sur les terminaux d'acceptation de paiement.
- Gratuite pour les commerçants qui optent pour cette option, la solution permet ensuite aux clients finaux d'effectuer des dons à l'arrondi ou au montant fixe au moment de réaliser leurs paiements.
- Les commerçants et entreprises affiliés à cet effort solidaire peuvent personnaliser leur action en choisissant par exemple de définir des plages horaires dédiées à la collecte de dons ou des seuils à partir desquels proposer l'option à leurs clients finaux. Ils peuvent aussi choisir à quelle association ils destinent les dons collectés.
- Les dons versés pourront en effet être reversés à de nombreuses associations nationales portant des projets d'intérêt général. Parmi elles : Médecins Sans Frontières, Apprentis d'Auteuil, APF France Handicap, l'Adie, Entreprendre pour Apprendre ou la SNSM par exemple. Des associations locales sont aussi concernées.

ENJEUX

- **Soigner sa relation avec ses clients commerçants** : BPCE, qui s'engageait avec Oney à permettre à ses clients commerçants de proposer du paiement fractionné, poursuit cette démarche en leur proposant une nouvelle initiative qui vise le paiement et l'engagement.
- **Une proposition de valeur** : BPCE souligne le fait que cette nouvelle solution doit permettre aux professionnels affiliés de se différencier par rapport à d'autres commerçants en valorisant leur engagement. La proposition de dons permet en effet de faire valoir l'image de leur commerce auprès de leur clientèle, et finalement, de la fidéliser.
- **Un acteur engagé dans la solidarité locale** : En plus des grandes causes nationales, cette initiative implique également des associations locales. L'occasion pour le groupe BPCE de réaffirmer ses valeurs de groupe mutualiste, qui permet à ses commerçants de mieux s'intégrer dans leur contexte local.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette initiative représente une extension de partenariat pour BPCE et Heoh qui avaient déjà travaillé ensemble par le passé. En 2016, une [association](#) tripartite incluant aussi Visa permettait ainsi au groupe bancaire de collecter des dons sans contact pour contribuer à la préservation du patrimoine.
- Heoh s'impose pour sa part comme un partenaire de premier plan pour optimiser les services d'encaissement des banques. Elle signait d'ailleurs une [association](#) avec BNP Paribas tout récemment, en novembre dernier, afin de faciliter l'encaissement de pourboires par carte.

Source : [Communiqué de presse](#)



Edenred propose le paiement par QR code avec Sunday

France – 20/12/2021

Le spécialiste des avantages aux salariés et des solutions prépayées [Edenred](#) vient d'annoncer son association avec [Sunday](#), une solution de paiement par QR code mutualisée pour les restaurateurs. Leur objectif commun porte sur la démocratisation d'une solution de paiement à table dans les restaurants de France et surtout, de proposer un service tout en un, basé sur le mobile, pour optimiser l'expérience de paiement dans le secteur de la restauration.

LES FAITS

- Sunday est une solution de paiement permettant de régler son addition en scannant avec son mobile un QR Code apposé sur la table. Portée à l'origine par la chaîne de restaurants italiens Big Mamma, elle profite de sa valorisation à plus de 110 millions d'euros pour assurer son extension en Europe et aux Etats-Unis.
- Elle pourra désormais compter sur son nouveau partenaire, Edenred. Les clients du leader mondial des solutions de paiements fléchés (comme Ticket Restaurant, Ticket Mobilité, Kadéos et Télétravail Edenred) pourront désormais régler leur addition grâce à la solution de Sunday.
- Les deux nouveaux partenaires proposeront désormais différentes fonctionnalités numériques aux utilisateurs des services Edenred. Ces derniers pourront ainsi :
 - obtenir leur addition sans faire appel à un serveur,
 - régler la note en 10 secondes seulement et en toute autonomie,
 - partager la note entre plusieurs consommateurs disposant de l'application Edenred,
 - laisser un pourboire et payer en mode 100 % numérique.

CHIFFRES CLES

Edenred compte plus de 1,5 million de cartes Ticket Restaurant actives en France, accessibles via la super app' MyEdenred

Au total, plus de 7 millions de salariés français disposent aujourd'hui de solutions numériques Edenred en France (incluant Ticket Mobilité ou Kadéos)

Edenred compte plus de 50 millions d'utilisateurs dans 46 pays et 2 millions de commerçants partenaires

ENJEUX

- **Gagner du temps sur la pause déjeuner** : La réglementation ne prévoit aucune obligation spécifique concernant la pause déjeuner. Néanmoins, le ministère de l'intérieur a réévalué les usages et les règles qui s'appliquent en cette période de crise sanitaire. Il estime ainsi que le salarié doit bénéficier d'un temps de pause d'au moins 20 minutes consécutives pour déjeuner, mais que ce temps de pause tourne généralement autour de 45 minutes dans la pratique. Un temps qui reste court et qui nécessite de disposer d'outils optimisés, notamment en matière de paiement.
- **Innover pour coller aux usages des utilisateurs** : Acteur historique du titre-restaurant, Edenred n'en est pas moins un acteur des services numériques. Le groupe lançait ainsi dès 2016 le paiement mobile avec [Apple Pay](#) et permettait, en 2018, à ses utilisateurs de se faire livrer leur repas [grâce au paiement](#)

[numérisé](#) sur plus de 70 plateformes partenaires. Depuis 2020, le service permet aussi à ses clients de [commander](#) directement depuis l'interface d'Edenred.

- **Un avantage pour les restaurateurs** : Edenred et Sunday font aussi valoir l'intérêt de leur service pour les restaurateurs. Selon leurs estimations, les pourboires sont plus généreux via l'application (+40 % en moyenne) et le panier moyen des utilisateurs de leurs services est 12 % plus élevé que celui des consommateurs habituels.

MISE EN PERSPECTIVE

- Edenred publiait les [résultats](#) de son activité début novembre dernier. Le groupe en profitait pour souligner sa bonne santé, alors que son activité est marquée par l'exacerbation de la concurrence d'acteurs innovants, à la croissance ultra-rapide tel que [Swile](#).
- En signant avec un partenaire tel que Sunday, Edenred démontre sa capacité à innover et à se positionner dans ce pool de tête des acteurs innovants sur son marché.

Source : [Communiqué de presse](#)



TSP (Titres spéciaux de paiement)

Swapi rend la fidélisation interopérable

France – 14/12/2021

Swapi est une start-up britannique qui porte l'ambition de renouveler les programmes de fidélité grâce à une application mobile et un nouveau système de rémunération en "Swapi Points". Cette devise in-app, vise à rendre les points de fidélité de toutes les enseignes interopérables.

LES FAITS

- [Swapi](#) est une plate-forme à l'origine d'un portefeuille électronique dédié à la fidélisation. Elle propose son service sous la forme d'une application mobile disponible sous iOS et Android.
- Les utilisateurs du service peuvent stocker leurs points de fidélité au sein du wallet Swapi, y compris les points expirés.
- Swapi leur permet ensuite de les utiliser auprès de nombreuses marques et détaillants partenaires ; la start-up compte en effet quelques 300 marques affiliées à son réseau.
- La nouveauté présentée par Swapi concerne particulièrement ses "Points", présentés comme une devise in-app. Les points de fidélité expirés, émis par des enseignes partenaires, sont convertis en "Swapi Points" afin de pouvoir être dépensés auprès des commerçants acceptants.
- Les "Swapi Points" cumulés suite aux achats peuvent par ailleurs être échangés contre des produits, des services et expériences ou encore des carte-cadeaux. Un système de parrainage génère aussi des points.

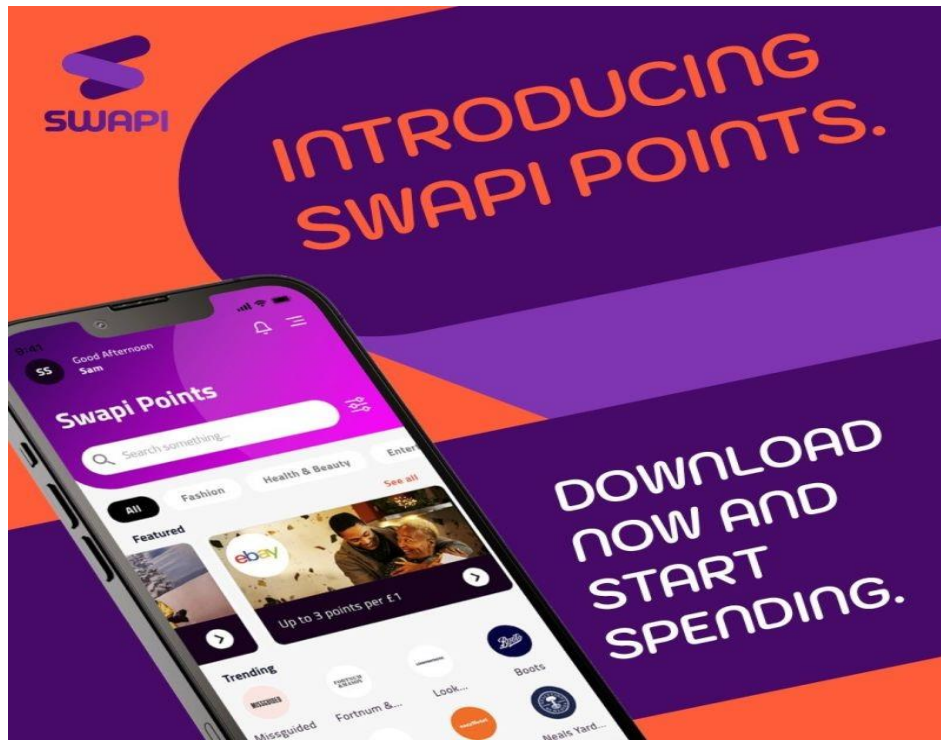
ENJEUX

- **Rendre les programmes de fidélité interopérable** : Swapi présente un système de conversion intelligent afin de proposer un modèle de fidélisation interopérable au sein de son réseau de partenaires commerçants.
- **Un modèle national** : Avec ses 300 commerçants partenaires, Swapi fait valoir une large couverture du marché britannique, intégrant des détaillants, grandes enseignes autant que des marques plus haut de gamme, hôtels ou encore compagnie aérienne.

MISE EN PERSPECTIVE

- Swapi réalisait un premier tour de table en phase de pré-amorçage pour soutenir le lancement de son modèle en septembre dernier. La start-up parvenait ainsi à lever près de 860 000 livres et comptait alors une centaine de commerçants partenaires.
- Elle a multiplié ce chiffre par 3 en seulement 3 mois et valide ainsi un modèle pertinent, d'autant que toute la promesse et l'intérêt de son offre repose sur son interopérabilité et donc sur l'importance de son réseau de partenaires.
- Swapi envisage un déploiement international début 2022.

Source : [Linkedin](#)



Stratégie d'acteurs

EPI : un succès en demi-teinte

Paiement – France – 01/12/2021

Fin novembre devait marquer un tournant dans la mise en place du projet de l'[European Payment Initiative \(EPI\)](#), présenté comme un nouveau schéma de paiement européen et un levier d'harmonisation et de numérisation des paiements en Europe. Même si officiellement, la décision de transformation de l'interim compagnie en Target compagnie a bien été prise, les dissensions sur la répartition de l'engagement financier ont débouché sur l'accord d'un délai supplémentaire jusqu'au 22 Décembre de cette année.

LES FAITS

- Le projet de paiement paneuropéen avance sûrement, selon ses parties-prenantes, mais lentement. Il reste par ailleurs difficile d'obtenir des informations sur l'évolution des discussions et leur concrétisation.
- Un vote attendu a néanmoins eu lieu en début de semaine. Il devait porter sur les montants à investir par les différents membres pour soutenir le projet ; une seconde tentative pour tenter de mettre d'accord les 22 banques engagées.
- 1,3 milliard d'euros seraient actuellement sur la table.
- Or deux membres d'EPI ont d'ores et déjà précisé ne pas avoir de fonds à investir dans le projet ; trois autres membres ont quant à eux demandé un délai supplémentaire de réflexion pour étudier la question de leur participation financière au projet.
- La décision de cette réunion est donc tombée, prenant la forme d'un nouveau report pour une conclusion prévue cette fois pour le 22 décembre prochain. A cette date, la répartition finale des investissements et donc des actionnaires du projet devrait être connue.
- Le projet a toutefois été entériné et le lancement officiel d'EPI devrait intervenir début 2022.

ENJEUX

- **Ne pas perdre de temps :** Ce report supplémentaire est une mauvaise nouvelle car il souligne la difficulté qu'on les acteurs bancaires à s'investir dans ce projet colossal. Or, la vitesse du progrès technologique plaide pour une accélération. De plus, les acteurs concurrents gagnent également du temps pour élaborer leur défense et mettre en place des scénarios alternatifs.
- **Un projet réduit en termes de membres ?** Le fait que des [membres](#) de cette initiative globale à l'échelle européenne ne souhaitent finalement pas participer financièrement pose la question d'un projet lancé à 18 membres. Une décision qui remet en partie en cause l'intérêt d'EPI en tant qu'outil d'harmonisation global du marché du paiement européen.
- **Des soutiens publics :** A la différence du projet Monet qui n'avait pas abouti en 2012 faute de soutiens publics affichés, le projet EPI bénéficie de soutiens répétés de la part des instances européennes. Une évolution qui marque l'importance qu'ont pris les enjeux de souveraineté ces dernières années dans le débat public, mais aussi économique.

MISE EN PERSPECTIVE

- En juillet dernier, BPCE [annonçait](#) renforcer son partenariat avec Visa pour lancer une carte non co-badgée CB en préparation des Jeux Olympiques de Paris 2024. De son côté, MasterCard joue également la [dissension](#) pour freiner ce projet concurrent.
- Face aux banques, aussi, les PSP ont créé une alliance européenne de l'industrie des paiements digitaux ([EDPIA](#)).
- Parallèlement, les géants du web [représentent](#) aussi une menace alors qu'ils gagnent du terrain en imposant leurs propres règles aux spécialistes du paiement.
- Au-delà des risques internes de mésententes entre les membres d'EPI se posent donc, plus fortement que jamais, des menaces externes sur la souveraineté européenne en matière de paiement.

Source : [Les Echos](#)



Lydia devient une nouvelle Licorne française

Paielement – France – 09/12/2021

[Lydia](#) fait de nouveau la Une de l'actualité, peu de temps après le lancement de son activité de [trading](#) qui lui permet de poursuivre sa diversification. La FinTech, qui avait précédemment levé 112 millions auprès d'Accel et de Tencent, annonce une nouvelle [levée de fonds](#) qui lui permet d'atteindre le statut de référence de Licorne. De quoi donner une nouvelle dimension à ses ambitions.

LES FAITS

- Lydia vient donc de lever plus de 103 millions de dollars. Cet investissement lui permet d'atteindre une valorisation supérieure au milliard de dollars et d'entrer dans le cercle fermé des licornes françaises.
- Les investisseurs de Lydia participent à ce nouveau tour de table (Accel, Founders Future et Tencent). Ils sont rejoints par deux investisseurs américains : Dragoneer et Echo Street, bien que leurs montants d'investissements restent marginaux.
- Avec 5,5 millions d'utilisateurs (dont 2,2 millions de clients français), Lydia s'impose comme un acteur majeur de la FinTech en France et en Europe.
- Avec cette nouvelle levée de fonds, Lydia envisage de :
 - atteindre les 10 millions de clients en Europe d'ici 2025, et tenter de devenir leur compte bancaire principal
 - embaucher de plus de 150 nouveaux salariés en 2022, et de 800 personnes au total dans les trois prochaines années,
 - continuer à développer ses services de crédit et d'investissement.

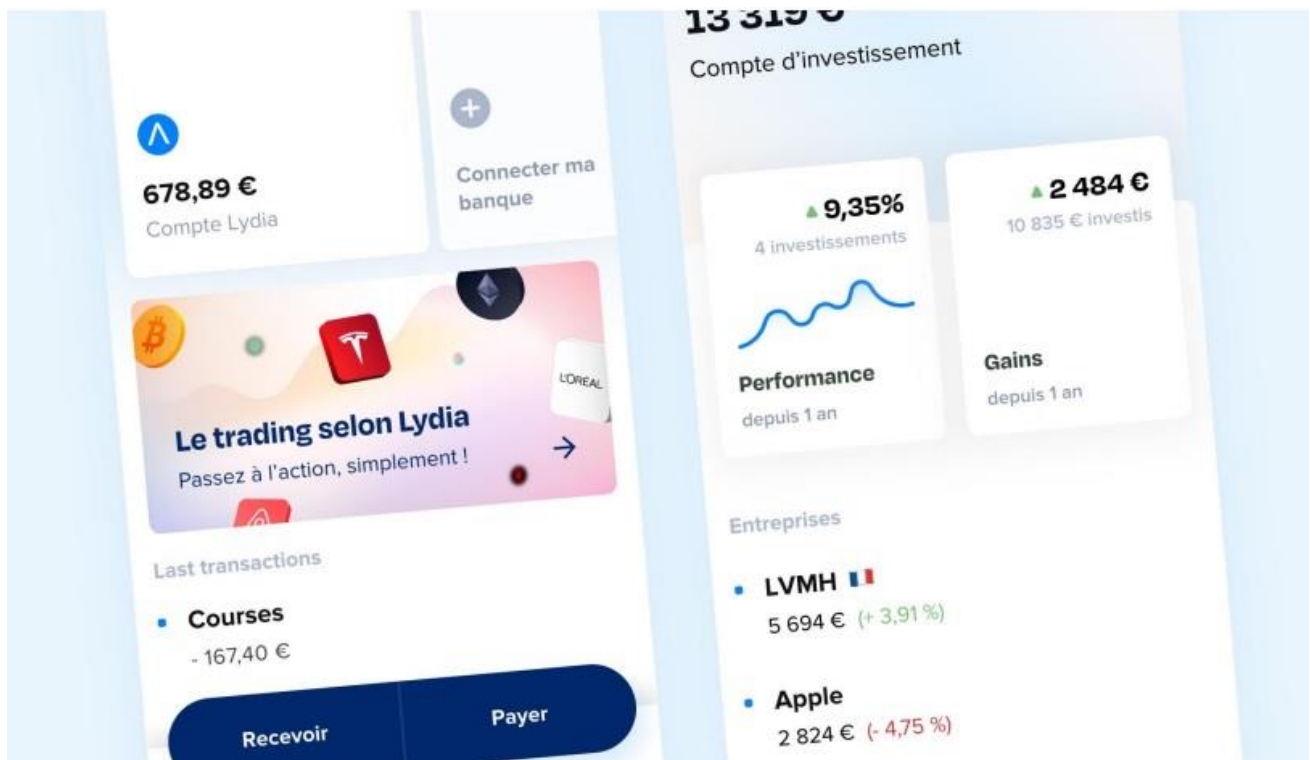
ENJEUX

- **"Je te fais un Lydia"** : Cette célèbre petite phrase postée par le Président de la République sur son compte LinkedIn, témoigne de la popularité que la FinTech a su se construire, en surfant sur le développement fort du paiement entre particuliers. Cette fonctionnalité qu'elle offre gratuitement à ses clients lui coûte néanmoins à chaque transaction. La fintech a donc dû rapidement diversifier son offre : [microcrédit](#), [l'épargne](#), carte bancaire avec [compte](#) courant et plus récemment du [trading](#) (actions, ETF, cryptomonnaies et métaux précieux) pour viabiliser son modèle économique.
- **Des efforts pour monétiser son offre** : La FinTech qui avait promis en 2019 d'être rentable dès la fin 2021, ne communique aucune donnée financière. Elle indique simplement que l'immense majorité de son chiffre d'affaires est tirée des abonnements liés aux comptes courants. Elle a lancé récemment des campagnes de publicité dans le métro pour communiquer sur ses offres (comptes courant, communs et d'épargne). Elle communique également depuis plusieurs mois, auprès de ses utilisateurs de ses services, via des notifications au sein de l'application pour tenter de convertir ses utilisateurs vers ses services payants.
- **Concurrencer les néobanques et se diversifier vers un modèle de super-app** : Avec ce panel de services que la fintech a mis en place en partenariat avec d'autres fintech telles que Bitpanda pour le trading ou Floa pour le microcrédit, Lydia vient désormais concurrencer les néobanques comme N26 et Revolut. Elle souhaite développer encore davantage son offre dans les services financiers et notamment le crédit immobilier. Mais, ces ambitions ne s'arrêtent pas là et ses perspectives de diversification non plus.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les services de Lydia attirent 150 000 nouveaux utilisateurs par mois et couvrent les besoins financiers d'un tiers des 18-35 ans en France. La FinTech a par ailleurs ouvert 2 millions de comptes courants depuis le lancement du service en 2018.
- Elle assure pour 5 milliards d'euros de transactions par an en France, en Espagne et au Portugal, où elle opère ses activités. L'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Italie reste des territoires cibles.
- Si Lydia ne présente pas son chiffre d'affaires, elle tire ses revenus des abonnements à son offre de compte courant et table sur le trading pour devenir une activité rentable à l'avenir.
- Lydia entend désormais s'imposer comme un concurrent à part entière de néo-banque de renom telles que Revolut (et ses près de [16 millions de clients](#)) ou N26 (qui en [comptait](#) 7 millions en début d'année).

Source : [Communiqué de presse](#)



Publicis passe de la pub à la FinTech

Thaïlande – 21/11/2021

[Publicis](#) Groupe, référence du marché de la communication en France, vient d'annoncer la signature d'un partenariat inattendu avec La [Siam Commercial Bank](#), une banque thaïlandaise engagée dans l'adaptation des nouvelles technologies aux offres bancaires. Cette association est d'autant plus inédite qu'elle débouche sur la création d'une nouvelle FinTech.

LES FAITS

- La nouvelle FinTech née du rapprochement opéré entre Publicis et Siam Commercial Bank a été baptisée [SBC Tech X](#). Elle est détenue à 60% par SCB et à 40% par Publicis Groupe.
- Cette joint-venture entend devenir l'un des plus grands opérateurs de la FinTech de la région de l'Asie du Sud-Est.
- Prenant la forme d'une plateforme-as-a-service hébergée exclusivement dans le Cloud, SBC Tech X entend se distinguer tant dans le fond que dans la forme.
- Elle proposera des offres de crédit, des comptes courants et d'épargne, mais aussi des services non-financiers tels que la réservation de voyage, la livraison de repas et des contenus autour de la santé et du bien-être.
- Sa cible : Les particuliers et les acteurs commerciaux.
- La joint-venture SBC Tech X débutera ses activités grâce à une équipe composée de près de 1 200 salariés.

ENJEUX

- **Une approche très technologique** : Dans sa description même, SBC Tech X met en avant son engagement à repenser les dernières technologies et à faire de l'innovation son moteur de développement.
- **Etendre son positionnement à l'international** : Plus que la particularité de l'initiative en elle-même, le lancement d'une FinTech atypique par Publicis représente un moyen pour le groupe de concrétiser son extension géographique dans des zones considérées à forte croissance potentielle. La valeur totale des transactions du marché des paiements numériques devrait en effet atteindre plus de 1 000 milliards de dollars d'ici 2025 dans la région.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le groupe Publicis est intéressé de longue date par le marché des start-up et des FinTechs. Il est, par exemple, à l'origine du salon [Viva Technology](#) en partenariat avec Les Echos depuis 2016, qui est devenu un rendez-vous incontournable de l'innovation en France.
- La [Siam Commercial Bank](#) est considérée pour sa part comme un acteur innovant de son marché et s'illustre, en 2018, en mettant la biométrie au service de son KYC.

Source : [Communiqué de presse](#)



Blockchain et monnaies virtuelles

Visa se pose en expert des crypto-monnaies

International – 10/12/2021

Le géant du paiement [Visa](#) vient de présenter un tout nouveau service de conseil en crypto. Adressé à ses partenaires, il doit permettre à Visa de s'imposer comme une référence d'un marché en plein boom et de garantir à la marque Visa son statut de géant du paiement, bien au-delà de la carte.

LES FAITS

- Visa vient d'annoncer le lancement du "Global Crypto Advisory Practice", une nouvelle offre de Visa Consulting & Analytics (VCA). Elle a été entièrement conçue comme un service d'accompagnement des clients et partenaires de Visa afin de favoriser leur usage des crypto-monnaies.
- La cible de cette offre est large :
 - les institutions financières désireuses d'attirer ou de fidéliser les clients avec une offre crypto,
 - les commerçants qui cherchent à se plonger dans les NFT,
 - les banques centrales qui se positionnent sur les monnaies numériques.
- "Global Crypto Advisory Practice" devra aider les partenaires de Visa à :
 - mieux comprendre l'écosystème des cryptos,
 - évaluer l'opportunité du marché des crypto-monnaies,
 - développer des stratégies concrètes,
 - lancer des programmes pilotes liés aux nouvelles expériences utilisateurs.
- Visa fait ainsi valoir son expertise basée sur le travail collaboratif de son réseau mondial de consultants avec plus de 60 plate-formes spécialisées en crypto-monnaies.

ENJEUX

- **Accompagner une prise de conscience** : Le marché des crypto-monnaies se fait chaque jour un peu plus concret et incite les institutions financières à se positionner. Pour lancer son nouveau service de conseil, Visa s'appuie d'ailleurs sur son étude mondiale révélant que près de 40 % des usagers de crypto-monnaies seraient susceptibles de changer de banque principale pour un établissement proposant des services de crypto-monnaies.
- **Compléter un dispositif en construction** : Le lancement de son service de conseil permettrait à Visa d'enrichir son offre d'accompagnement des organismes financiers sur le marché des crypto-monnaies. Visa présentait en effet, en février dernier, des [API](#) permettant aux banques de proposer à leurs clients d'acheter, de conserver et de vendre des crypto-monnaies.

CHIFFRES CLES

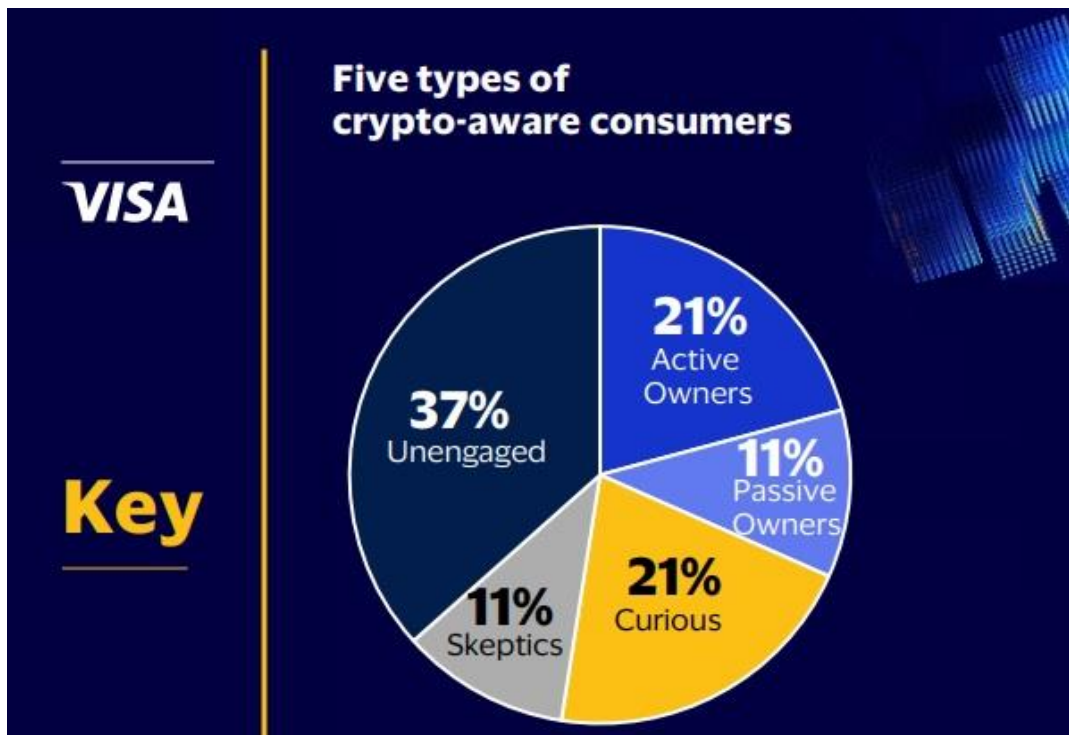
L'étude « [The Crypto Phenomenon : Consumer Attitudes & Usage](#) » de Visa établit que :

- 94 % des ménages ont connaissance des crypto-monnaies
- 37% des consommateurs sensibilisés aux crypto-monnaies dans les marchés émergents utilisent ou possèdent des crypto-monnaies, contre 29% dans les marchés développés
- Parmi les détenteurs actuels de crypto-monnaies, 81% se disent intéressés par des cartes de paiement liées aux cryptos

MISE EN PERSPECTIVE

- L'intérêt de Visa pour les crypto-monnaies n'est pas nouveau. En tant que géant du paiement, Visa s'est engagé sur ce marché depuis plusieurs mois maintenant afin d'en éviter la disruption éventuelle.
- En octobre dernier, cette stratégie poussait ainsi Visa à révéler de grandes ambitions s'agissant de rendre les MNBC interopérables. Avec la multiplication des initiatives de numérisation des monnaies nationales ([Yuan](#), [Couronne](#), [Roupie](#), [Euro](#), [Dollar](#), ...), Visa a bien senti qu'un marché d'avenir s'ouvrait effectivement. Et le groupe cherche à capitaliser sur sa force de frappe pour s'imposer.
- Son positionnement en amont est d'autant plus crucial qu'au-delà des nouveaux acteurs spécialisés sur le thème, Visa devrait encore et toujours jouer des coudes pour faire face à son éternel rival : MasterCard. L'autre Scheme à la portée internationale s'est aussi engagé frontalement dans la bataille des crypto-monnaies, avec des initiatives de [plus](#) ou [moins](#) grande portée.

Source : [Communiqué de presse](#)



Novi testé au sein de WhatsApp

Etats-Unis – 15/12/2021

Meta (ex-Facebook) annonçait il y a quelques jours l'ouverture d'un nouveau canal pour utiliser le wallet numérique [Novi](#) : [WhatsApp](#). Le groupe cherche ainsi à imposer Novi et WhatsApp comme des outils complémentaires au sein d'un écosystème capable de gérer les échanges, y compris financiers, de bout en bout.

LES FAITS

- Un petit groupe de testeurs américains peut, depuis le 9 décembre dernier, envoyer et recevoir de l'argent via Novi depuis leur compte WhatsApp. Un simple message sur le réseau social permettra ainsi de réaliser des transferts de fonds en famille ou entre proches.
- Cette nouvelle [option](#) de paiements apparaîtra directement dans les chats, permettant d'envoyer ou de recevoir des fonds en Pax Dollar (USPD), crypto-monnaie stable, en quelques clics seulement.
- Le service en test est présenté comme gratuit et sécurisé. Il est accessible grâce à une simple connexion des comptes Novi et WhatsApp personnel.
- Parcours utilisateur :
 - Rechercher un contact auquel envoyer de l'argent et ouvrir une fenêtre de conversation avec ce dernier,
 - Cliquer sur l'icône dédiée aux pièces jointes (un trombone sous Android, un "+" sous iOS),
 - Sélectionner la fonctionnalité "paiement",
 - Suivre les instructions pour rattacher les comptes Novi et WhatsApp.

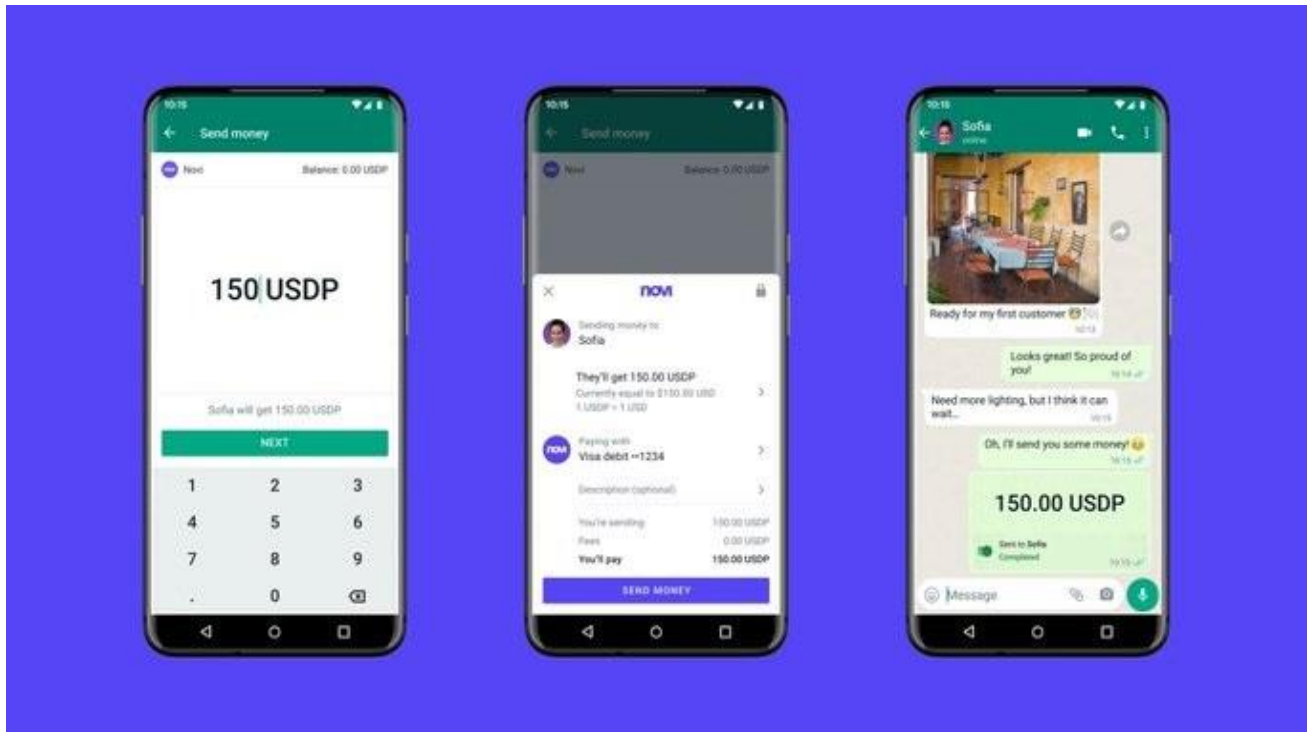
ENJEUX

- **Un effort co-créatif** : Stephane Kasriel, directeur actuel du projet Novi, insistait dans l'annonce du lancement de la nouvelle phase pilote, sur le fait que cette ouverture de WhatsApp à Novi venait répondre à un besoin exprimé par les utilisateurs des services de Meta. WhatsApp est en effet un moyen de communication utilisé par les familles et les proches pour se coordonner, notamment sur des questions financières. L'installation de Novi sur ce canal s'impose ainsi comme le moyen de concrétiser un usage inattendu du service de messagerie instantané.
- **Un test avant une possible extension** : Meta entend décider de l'extension géographique de cette nouvelle fonctionnalité après avoir analysé les retours de ses testeurs sur son efficacité et sa pertinence. Les pays envisagés pour cette extension potentielle n'ont pas été précisés.
- **Une enrichissement perpétuel** : WhatsApp est loin d'être considéré comme un simple service de messagerie instantanée au sein du groupe Meta. Facebook se chargeait d'ailleurs de booster WhatsApp grâce à de nombreuses [nouvelles fonctionnalités](#) tout au long de l'année 2020.

MISE EN PERSPECTIVE

- WhatsApp proposait déjà une fonctionnalité de paiement, WhatsApp Pay, au [Brésil](#) et en [Inde](#). Le déploiement de ces initiatives ne s'est néanmoins pas fait sans encombres ; 40 millions d'utilisateurs sont autorisés au maximum pour le service en Inde et le Brésil a renforcé sa réglementation pour limiter ses ambitions.
- Plus globalement, Meta mise désormais sur Novi pour s'imposer sur le marché du paiement. Si le lancement du wallet s'est opéré sans le [Diem](#), stable coin maison du géant du web, le groupe enclenche la vitesse supérieure pour déployer son offre malgré les barrières qui jalonnent sa route.

Source : [Communiqué de presse](#)



"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 .
- OpenClassroom 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

Nets et Ethoca luttent contre la retrofacturation

International – 17/12/2021

[Nets](#), spécialiste danois des services financiers racheté par [Mastercard](#), vient d'officialiser son partenariat avec [Ethoca](#), fournisseur mondial de solutions technologiques basées sur la collaboration entre émetteurs de cartes de paiement et e-commerçants. Ce partenariat est chapoté par MasterCard, très engagé dans la lutte contre la rétro-facturation depuis plusieurs années maintenant.

LES FAITS

- Ethoca est le plus grand réseau de collaboration au monde, établissant des relations avec les principales banques émettrices de cartes, les commerçants, les processeurs, les fournisseurs de logiciels et les fournisseurs de plateformes de fraude dans le monde entier.
- La nouvelle association signée entre Nets et Ethoca a pour principal objectif d'améliorer le partage des informations sur les transactions de paiement, entre les commerçants et les émetteurs de paiement.
- Il s'agit, pour les associés, de réduire la résolution des litiges et même, à plus long terme, de diminuer les procédures de rétro-facturation.
- Les clients de Nets auront ainsi accès au réseau mondial de données sur les fraudes et achats d'Ethoca. Les émetteurs pourront même partager leurs informations sur des fraudes confirmées et des litiges clients, directement avec les commerçants et les banques, via les alertes Ethoca.
- Les émetteurs auront de plus accès aux détails des achats réalisés chez les commerçants.
- Le travail collaboratif de Nets et Ethoca doit globalement faire plus de transparence sur les transactions en affichant clairement le nom des commerçants, leur logo ou même en rattachant les reçus numériques à chaque transaction.
- Ces données seront finalement visibles par les clients finaux au sein même de leur application bancaire afin d'éviter toute confusion possible sur les transactions passées, limitant de fait les demandes de rétro-facturation.

ENJEUX

- **Lutter contre une menace toujours forte** : Le nouveau partenariat entre les deux structures vise le même objectif global de lutte contre la rétro-facturation, un problème de taille alors que les commerçants pourraient perdre près de 130 milliards de dollars en fraude d'ici 2024 selon une étude Juniper Research.
- **Améliorer l'expérience clients** : Les procédures de rétro-facturations représentent un montant estimé à près de 35 milliards de dollars dans le monde pour la seule année 2021. Plus de 96 % des clients souhaitent plus d'informations concernant leurs transactions présentées au sein de leur application bancaire.

MISE EN PERSPECTIVE

- MasterCard s'offrait Ethoca en mars 2019 pour aider les commerçants clients à identifier et résoudre rapidement les fraudes liées au commerce électronique.
- Dans la foulée, le schéma américain [rachetait](#) aussi la division de Nets dédiée aux paiements instantanés pour 2,8 milliards de dollars en août 2019.
- MasterCard n'est pas le seul schéma engagé dans ce combat puisque Visa annonçait aussi en 2019 avoir mis la main sur [Verifi](#), une société américaine spécialisée dans les technologies mises au service de la résolution des litiges concernant les paiements.

Source : [Communiqué de presse](#)

