



Les faits marquants du mois

Cartes – La carte fait de la résistance

- ROYAUME-UNI – Amazon lève son veto sur les cartes de crédit Visa
- ETATS-UNIS – MasterCard permettra l'achat des NFT par carte
- ETATS-UNIS – MasterCard présente sa carte virtuelle intelligente
- ROYAUME-UNI – Klarna lance sa carte physique au Royaume-Uni

Alors que, le mois dernier nous parlions, du coup de pression imposé par Amazon à Visa sur l'acceptation des cartes de crédit au Royaume-Uni du fait des frais trop élevés ; Un accord semble avoir été trouvé, et le rapport de force est inversé. Sinon, sur Visa dans ce cas précis, au moins pour les acteurs cartes comme Visa et Mastercard qui multiplient les initiatives pour que ce moyen de paiement reste incontournable, ce que confirme les chiffres d'American Express qui font état d'une hausse en volume de 29% en 2020. Mastercard a notamment dévoilé deux initiatives l'une concernant le paiement des factures grâce à des cartes virtuelles couplées à un système permettant de prédire les factures problématiques et une autre initiative visant l'achat de NFT. Le but de ces innovations étant de donner une place à la carte bancaire dans ces usages ou le tout électronique prévaut et qui a terme coupera des parts de marchés à ces acteurs. Un autre acteur innovant plutôt dans un parcours alternatif aux cartes de crédit, à savoir le spécialiste du Buy Now Pay Later, Klarna annonce le déploiement de sa Klarna Card pour assurer une meilleure expérience de son parcours client. Si Klarna fait la démonstration de la pertinence des offres financières alternatives, il n'en demeure pas moins que pour poursuivre son extension, il lui faut maintenant conquérir une autre dimension commerciale, dans le monde physique. Et pour passer cette étape, la Licorne parie sur une carte de paiement, le support conservant toute sa légitimité, y compris face au m-paiement qui malgré une croissance forte ne représente toujours qu'une part minoritaire du paiement.

E-identité / E-signature – Des composantes essentielles du parcours client

- ETATS-UNIS – Plaid acquiert la start-up de vérification d'identité Cognito
- FRANCE – Docaposte rachète l'activité signature électronique d'Idemia
- FRANCE – Yousign s'impose comme référence de la signature électronique en Europe

Aux Etats-Unis, le fournisseur de services financiers par API, Plaid a annoncé le rachat d'une startup spécialisée dans la vérification d'identité et du KYC, Cognito. Son PDG Zach Perret considère la vérification comme une pièce clé du puzzle stratégique de Plaid, l'appelant « l'une des trois parties essentielles d'une expérience d'intégration complète, avec la connexion au compte et le financement du compte que Plaid fournit aujourd'hui. Les produits de Cognito positionnent Plaid pour résister à la confiance et aux défis réglementaires de l'open banking. En France, c'est Idemia sur le volet e-signature que les choses bougent avec le rachat d'une partie des activités d'Idemia par Docaposte qui ambitionne d'élargir ses services de confiance aux pays d'Europe déjà couverts par les Idemia. Et Yousign, une startup caennaise qui vient d'annoncer met la main sur Canyon, un spécialiste de l'automatisation des processus de préparation et de validation de documents en amont de leur signature, afin de proposer une offre complète de gestion des documents contractuels aux PME et aux TPE européennes.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES	4
MasterCard permettra l'achat des NFT par carte	4
MasterCard présente sa carte virtuelle intelligente	6
Klarna lance sa carte physique au Royaume-Uni	8
SERVICES MOBILES	10
Chuck, le nouveau réseau de paiement P2P des banques communautaires	10
Apple forcé à son tour d'ouvrir son système de paiement in-app	12
Nickel clarifie les relevés de compte	14
Retour d'expérience : N26 fait un point sur la clientèle des banques digitales	16
OPEN BANKING	19
Numeral, une jeune FinTech a fort potentiel	19
PAIEMENT FRACTIONNE	21
Fly Now Pay Later, ou l'adaptation du BNPL au marché du voyage	21
Santander soutient sa propre offre BNPL avec Zinia	23
E-COMMERCE, E-PAYMENT	25
Checkout lève de nouveau fonds pour consolider ses positions	25
Ford choisit Stripe pour améliorer l'expérience de paiement	27
Le groupe Casino trouve un nouveau canal de vente avec WhatsApp	29
Stripe prend en charge la monétisation des contenus créés sur Spotify	31
Au tour d'Affirm de lancer sa Super-App	33
TPE, ENCAISSEMENT, MPOS	35
Adyen présente sa propre solution d'encaissement tout-en-un	35
VIREMENTS / INITIATION DE PAIEMENT	37
Memo Bank améliore les règlements des entreprises	37
BLOCKCHAIN ET MONNAIES VIRTUELLES	39
L'Estonie prend de l'avance en matière de MNBC	39
PayPal dévoile un stablecoin propriétaire	41
Visa et Consensus font le lien entre MNBC et réseaux traditionnels	43
L'infrastructure de paiement Lynx s'adapte au Metaverse	45
Retour d'expérience : La moitié des banques suisses s'ouvrent aux cryptomonnaies	47
IDENTITE NUMERIQUE ET BIOMETRIE	49
La carte biométrique STPay Topaz Bio reçoit un prix CES 2022	49
Docaposte rachète l'activité signature électronique d'Idemia	51
Yousign s'impose comme référence de la signature électronique en Europe	53

En bref

Stratégie d'acteurs

CHINE – Alors que l'Estonie faisait tout récemment un grand pas en avant dans la course au MNBC, la Chine vient d'accélérer le déploiement de sa propre monnaie numérique de banque centrale en publiant une nouvelle version pilote de son portefeuille numérique dédiée. En septembre dernier, la monnaie numérique nationale chinoise a été utilisée pour faciliter les transactions sur le marché à terme du pays. Le yuan numérique (e-CNY) poursuit aujourd'hui son déploiement via une nouvelle application revue et améliorée pour son portefeuille numérique. Un nouveau pilote a en effet été présenté ; il a été développé par l'institut de recherche sur les monnaies numériques de la Banque populaire de Chine (PBoC). Les Chinois, résidents des villes choisies pour tester à grande échelle le système, peuvent désormais télécharger cette nouvelle version de l'application dédiée au e-yuan. Plus intuitive et pratique, elle leur permet d'ores et déjà de stocker de la monnaie virtuelle et de payer des articles ou des services par ce biais. Des technologies de reconnaissance biométrique (faciale et vocale), ont par ailleurs été ajoutées pour optimiser encore l'expérience. L'application de messagerie chinoise WeChat a déclaré qu'elle soutenait la monnaie numérique souveraine du pays. Une autre application de paiement chinoise Alipay, gérée par Ant Group, filiale d'Alibaba, a également commencé à tester les paiements numériques en yuans l'année dernière.

ETATS-UNIS – En novembre dernier, Amazon menaçait Visa, une référence du paiement, de retirer ses cartes de crédit de son interface de paiement sur son site britannique. Cet ultimatum faisait suite aux différents entre les deux groupes portant sur le montant des frais appliqués par le schème de paiement. Finalement, un compromis semble avoir été trouvé et permettra à Visa de continuer à proposer ces cartes de crédit sur le site d'Amazon UK. Censée marquer la domination des géants du web face aux acteurs historiques du paiement, la décision d'Amazon d'interdire les cartes de crédit Visa sur sa plate-forme britannique est donc finalement annulée. Devant protéger les consommateurs face à l'augmentation des frais, cette décision devait entrer en vigueur le 19 janvier. Elle est donc annulée par le géant du web qui précise que des discussions sont actuellement en cours avec Visa afin de réduire les frais de transactions. Une enquête menée par un journal britannique avait estimé qu'Amazon risque de perdre près de 1,4 milliard de livres sterling auprès des acheteurs britanniques. Dans le même temps, la FinTech Curve proposait à ses clients possesseurs d'une carte de crédit Visa de passer par sa carte agrégatrice pour outrepasser la décision d'Amazon.

FRANCE – Le spécialiste français de la gestion des dépenses d'entreprise Spendesk fait figure de référence sur le marché de la FinTech dédiée aux professionnels. Elle poursuit aujourd'hui sa stratégie d'expansion, dans un contexte particulièrement propice aux levées de fonds ; un travail de longue haleine qui lui permet aujourd'hui d'atteindre le statut tant convoité de Licorne. Spendesk s'est imposée au fil des années comme un spécialiste français de la dématérialisation des services financiers. Son positionnement en BtoB lui a permis de convaincre les investisseurs à plusieurs reprises au cours de son existence. 2019, 2020, 2021 auront ainsi été marquées par des levées de fonds majeures pour la FinTech. Et cette année 2022 démarre elle aussi assez fortement puisque Spendesk vient tout juste d'annoncer avoir bouclé un nouveau tour de table pour doubler sa Série C. 100 millions d'euros viennent encore grossir les investissements reçus par la FinTech et surtout, lui permettent d'atteindre le statut de Licorne. Tiger Global s'impose comme le leader de ce tour de table, suivi par l'ensemble des investisseurs historiques de Spendesk, à savoir Index Ventures, Eight Roads, General Atlantic et eFounders. Spendesk devient donc la 26ème Licorne française, sans, que le montant exact de sa valorisation actuelle, ne soit pour autant dévoilé.

Cartes

MasterCard permettra l'achat des NFT par carte

Crypto – Etats-Unis – 21/01/2022

Le géant américain historique du paiement [MasterCard](#) a fait un choix stratégique majeur : celui d'éviter la disruption en se posant comme un acteur de la démocratisation des nouvelles technologies de paiement en faisant le lien entre les moyens de paiement classiques et innovants. Son nouveau partenariat avec [Coinbase](#) confirme cette tendance.

LES FAITS

- Rendre l'achat de NFT aussi simple que l'achat de n'importe quelle marchandise commercialisée sur un site e-commerce. C'est avec cet objectif clair que MasterCard présente sa nouvelle incursion sur le marché des crypto-actifs.
- Le géant du paiement américain s'est pour cela associé à une référence du marché des crypto-actifs et de NFT (jetons non fongibles) : Coinbase (plate-forme d'échange et de stockage de cryptomonnaies).
- Les consommateurs pourront donc bientôt utiliser leurs cartes de débit ou de crédit Mastercard pour effectuer des achats sur le marché NFT de Coinbase. De quoi leur éviter d'avoir à ouvrir un portefeuille numérique dédié pour acheter des crypto-monnaies avant de pouvoir s'offrir des NFT.
- MasterCard s'engage ainsi dans la démocratisation de ce marché, dans son ouverture au plus grand nombre, en s'appuyant sur les moyens de paiement historique et la carte en particulier.

ENJEUX

- **Une course de fond** : MasterCard s'est [engagé](#) depuis plusieurs mois à s'imposer comme une référence du marché des crypto-actifs avec une double ambition. Il s'agit d'abord pour le géant historique du paiement d'éviter la disruption des nouveaux acteurs du paiement alternatif, mais aussi de ne pas se laisser dépasser par Visa, très actif sur le thème. Visa avait d'ailleurs fait la Une de l'actualité en août dernier en achetant un NFT [CryptoPunk](#).
- **Conserver la légitimité de la carte** : Le coeur de l'offre MasterCard repose sur les cartes de paiement. Or avec la multiplication exponentielle des services de paiement numérique, des voix se lèvent pour suggérer le fait que l'avenir du paiement pourrait se passer de la carte. Afin de couper court à ces prévisions, MasterCard s'engage aujourd'hui à donner une place à la carte dans le cadre de la démocratisation des actifs numériques.

MISE EN PERSPECTIVE

- D'après une étude Chainalysis, spécialiste de la Blockchain, 40 milliards de dollars ont été dépensés en 2021 dans l'achat d'actifs numériques de type NFT.
- La fin d'année a été particulièrement dynamique. Les ventes de jetons non fongibles (NFT) ont ainsi atteint 10,7 milliards de dollars au troisième trimestre puis 11,6 milliards de dollars au quatrième trimestre, selon les données d'OpenSea, marché en ligne dédié aux NFT.

Source : [Communiqué de presse](#)



MasterCard présente sa carte virtuelle intelligente

Cartes virtuelles – International – 25/01/2022

MasterCard vient d'annoncer la sortie de sa nouvelle carte virtuelle à destination des professionnels et plus particulièrement, des acheteurs et des fournisseurs. Son offre s'appuie notamment sur les technologies d'intelligence artificielle pour se différencier et proposer une réelle valeur ajoutée sur un marché déjà bien couvert.

LES FAITS

- Le nouveau modèle de carte virtuelle de MasterCard repose sur l'offre [Mastercard Track Instant Pay](#) qui utilise l'apprentissage automatique et le traitement direct pour permettre le paiement instantané des factures des fournisseurs.
- La carte virtuelle présentée aujourd'hui par MasterCard s'appuie notamment sur une technologie de Machine Learning pour assurer un traitement automatique de certaines opérations récurrentes et présenter ainsi un modèle alternatif entre la carte virtuelle et le paiement instantané des factures.
- Mastercard Track Instant Pay permet en effet d'analyser les factures et d'identifier celles susceptibles d'être rejetées, permettant finalement d'autoriser le paiement des autres factures automatiquement, le jour même de leur réception.
- Les paiements numériques sont envoyés directement, et en toute sécurité, sur le compte bancaire du fournisseur, via une carte virtuelle Mastercard et ce sans aucune intervention manuelle.
- D'abord disponible aux Etats-Unis, l'offre devrait par la suite être étendue à l'international.

ENJEUX

- **La puissance des données** : Mastercard Track Instant Pay combine les capacités d'apprentissage automatique de Previsia, une société d'intelligence artificielle et de science des données, avec celles du réseau de paiement mondial de Mastercard afin de rendre sa solution plus pertinente.
- **Accélérer les paiements commerciaux** : L'approbation manuelle des factures et le traitement des chèques sont coûteux et chronophage. MasterCard présente ainsi sa nouvelle solution Mastercard Track Instant Pay comme un moyen de faciliter le travail des acheteurs.
- **Un besoin réel** : Des études montrent que de plus en plus d'entreprises souhaiteraient automatiser les paiements des fournisseurs grâce à des cartes virtuelles, mais que les solutions du marché exigent encore un traitement manuel des transactions. Mastercard Track Instant Pay promet justement d'automatiser une majeure partie des flux.
- **Améliorer les trésoreries** : Mastercard Track Instant Pay aide les fournisseurs à améliorer leur trésorerie en débloquant les fonds plus rapidement. A l'autre bout de la chaîne, les paiements instantanés suppriment, pour les donneurs d'ordre, le risque d'impayés.

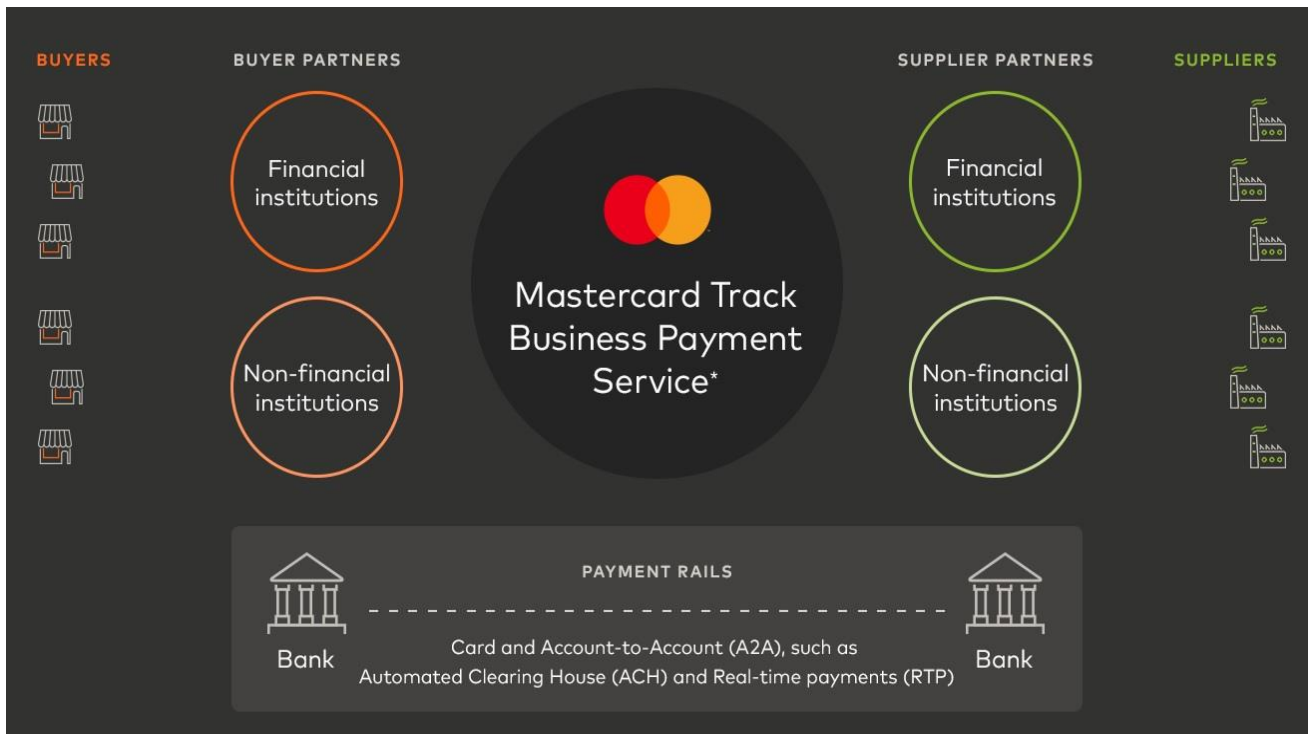
MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché de la carte virtuelle s'enrichit, au rythme du déploiement de nouvelles intuitives. Le positionnement de MasterCard reste intéressant puisqu'il représente celui du renouvellement pour un

acteur historique de la carte physique. Mais avec MasterCard donc, des acteurs alternatifs comme [Stampli](#) ou [Extend](#) proposaient déjà des cartes virtuelles aux entreprises ; [Stripe](#) soutenant son offre depuis 2018.

- Toujours aux Etats-Unis, JPMorgan Chase faisait pour sa part le choix du [rapprochement](#) avec Marqeta pour émettre instantanément des cartes Entreprises virtuelles. Et MasterCard s'intéressait d'ailleurs de longue date à Marqeta, [investissant](#) même dans la start-up en 2020.

Source : [Communiqué de presse](#)



Klarna lance sa carte physique au Royaume-Uni

Carte – Royaume-Uni – 27/01/2022

Géant d'un marché aussi dynamique que celui du BNPL (Buy Now Pay Later), l'acteur suédois de référence [Klarna](#) vient d'annoncer le déploiement de sa carte de paiement sur un nouveau marché : celui du Royaume-Uni. L'occasion de souligner son ambition à dépasser les seules frontières du m-commerce pour étendre son offre sur tous les canaux.

LES FAITS

- Klarna lance donc sa carte de paiement, Klarna Card, au Royaume-Uni. Soutenue par Visa, cette carte gratuite permet à ses utilisateurs d'accéder aux offres de BNPL de Klarna, via un support physique dédié aux règlements des achats dans les commerces et magasins physiques.
- La Klarna Card fonctionne en lien avec une application mobile. Cette dernière permet de piloter ses paiements après avoir réalisé des achats. Parmi les fonctionnalités disponibles :
 - le paiement différé à 30 jours
 - le paiement sans contact
 - des notifications push instantanée reçues après chaque transaction réalisée ou refusée
 - un aperçu des derniers achats dans l'application
 - la possibilité de bloquer la carte à tout moment
 - un service client disponible 24h/24 via l'application
 - une possibilité de prolonger la date d'échéance de la carte jusqu'à 10 jours
- La carte Klarna sera encore enrichie de différentes fonctionnalités au fil du temps.
- L'offre est pour le moment accessible à quelques testeurs britanniques ; les autres peuvent s'inscrire sur une liste d'attente qui compte déjà 400 000 personnes selon Klarna. Elle sera déployée au Royaume-Uni début 2022, sans plus de précision.

ENJEUX

- **Dupliquer un modèle réussi** : Le lancement de la carte Klarna au Royaume-Uni représente une extension géographique pour un service déjà déployé par la Licorne en Suède et en Allemagne. Dans ces deux pays, la carte Klarna a rencontré une réussite puisqu'elle y est désormais utilisée par plus de 800 000 personnes.
- **S'imposer sur le marché du commerce physique** : Si Klarna fait la démonstration de la pertinence des offres financières alternatives, il n'en demeure pas moins que pour poursuivre son extension, il lui faut maintenant conquérir une autre dimension commerciale, dans le monde physique. Et pour passer cette étape, la Licorne parie sur une carte de paiement, le support conservant toute sa légitimité, y compris face au m-paiement qui malgré une croissance forte ne représente toujours qu'une part minoritaire du paiement.
- **Conquérir le monde** : Klarna a d'ores et déjà précisé que le lancement de sa carte physique au Royaume-Uni précédait de peu une autre étape de son extension géographique, aux Etats-Unis cette fois.

MISE EN PERSPECTIVE

- En atteignant le statut de Licorne, Klarna a finalement revu ses ambitions à la hausse et cherche aujourd'hui à étendre son offre de BNPL sur tous les marchés via tous les canaux. La société présentait pour cela son [extension](#) de navigateur dédié au BNPL pour sortir de l'achat 100 % mobile.
- Elle devra néanmoins faire face à un durcissement législatif qui pourrait limiter sa croissance galopante. Le Royaume-Uni prépare en effet de nouvelles règles pour placer le secteur du BNPL sous la surveillance de la Financial Conduct Authority. Et de nombreuses initiatives similaires sont ainsi prises à travers le monde.

Source : [Communiqué de presse](#)



Services mobiles

Chuck, le nouveau réseau de paiement P2P des banques communautaires

Paiement – Etats-Unis – 05/01/2022

L'Alloy Labs Alliance est une association qui regroupe des organismes bancaires communautaires et de taille moyenne aux Etats-Unis. Elle vient d'annoncer le lancement d'un nouveau réseau ouvert pour réaliser des paiements instantanés en peer-to-peer. Baptisé Chuck, ce service permet aux banques communautaires de démontrer leur capacité d'innovation et de coopération.

LES FAITS

- Chuck est présenté comme un réseau de paiements instantanés ouvert, interbancaire, opérant particulièrement les transferts entre les banques moyennes de l'alliance Alloy Labs.
- Chuck offre ainsi aux institutions financières de l'Alliance une nouvelle option pour gérer les flux de paiements entre leurs clients de manière sécurisée et accélérée.
- Ces derniers pourront en effet accéder au service depuis leur application bancaire mobile. Chuck leur permettra, depuis cette interface unique, de réaliser des paiements entre particuliers vers différents comptes détenus au sein de banques différentes de la leur ou même auprès de services de paiements populaires tels que Venmo, Cash App ou encore Zelle.

Alloy Labs c'est :

- 12 petites banques
- plus de 250 milliards de dollars d'actifs
- 30 millions de clients particuliers
- 6 millions de petites entreprises clientes

ENJEUX

- Montrer que les banques communautaires sont également capables d'innover : Pour répondre à une demande croissante en matière de paiement interbancaire simple et rapide, les banques communautaires s'étaient initialement tournées vers le service Zelle, qui est le service interbancaire de référence aux Etats-Unis, Mais, vu le coût de ce service, celles-ci se sont lancées dans un partenariat avec la FinTech Payrailz pour créer son propre service de paiement Peer-to-peer.
- Devenir une référence : Le nouveau réseau Chuck a vocation à s'imposer comme une référence nationale. L'Alloy Labs Alliance envisage en effet d'ouvrir Chuck à toutes les institutions financières américaines à l'avenir. De futures connexions sont également prévues pour le réseau RTP (Requesto to Pay) créé par The Clearing House et pour le projet de paiements plus rapides FedNow qui devrait être lancé en 2023.

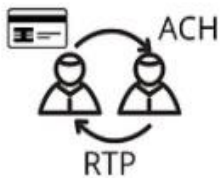
MISE EN PERSPECTIVE

- Les ambitions de Chuck sont louables mais devront se confronter à un mastodonte déjà bien en place sur le marché du paiement interbancaire entre particuliers. Le service américain Zelle était en effet lancé par les principales banques américaines telles que JP Morgan, Wells Fargo ou Bank of America en 2016.
- Il annonçait, très tôt, après son lancement, avoir traité 170 millions de paiements P2P pour un volume de transactions de près de 55 milliards de dollars. La question d'un positionnement interbancaire pour les services de paiements et de transferts d'argent était ainsi déjà au cœur d'une tendance de fond, considérée comme une nouvelle norme en devenir, en tous cas pour les banques les plus importantes du marché.
- Le succès de Zelle ne s'est depuis pas démenti ; le service de paiement battait de nouveau record en 2019, puis en 2021 et compte aujourd'hui sur une interopérabilité avec plus de 1 000 banques américaines.

Source : [Communiqué de presse](#)

Alloy Labs members have created CHUCK to make payments...

Connected, not closed



Payments can be routed via ACH, RTP, cards, and popular payment networks

Easy to use



Customers send payments instantly right from their existing banking app

Economical



The industry's most affordable payment offering

Apple forcé à son tour d'ouvrir son système de paiement in-app

Paiement – Corée du Sud – 12/01/2022

Après [Google](#), c'est au tour d'Apple de se plier à la décision de la Commission coréenne des communications (KCC) de Corée du Sud, qui a intimé l'obligation aux plateformes numériques de respecter la réglementation en vigueur concernant la concurrence et d'ouvrir leur système de paiement in-app aux acteurs tiers. Ces commissions versées par les développeurs représentent une manne financière à laquelle les géants du web ne sont pas prêts à renoncer.

LES FAITS

- Apple a finalement présenté ses engagements pour se mettre en conformité avec le Telecommunications Business Act sud-coréen. Cette nouvelle législation vise à obliger les géants du web, et particulièrement les créateurs des deux principaux systèmes d'exploitation qui sont actuellement iOS et Android, à ne plus imposer leurs propres systèmes de paiement in-app.
- Pour rappel, le texte prévoit en effet que les développeurs puissent proposer des systèmes de paiement in-app alternatifs à ceux de Google et Apple, au sein de leurs applications proposées dans les stores Apple ou Google.
- L'application de cette loi permettrait aux développeurs de ne plus se soumettre à des commissions fixées jusqu'à 30 % par Apple et Google sur les paiements in-app et les abonnements.
- Apple et la Commission coréenne des communications (KCC) de Corée du Sud n'ont pas donné de détail particulier sur les avancées de leur discussion. Celle-ci porte en tous les cas sur la question d'une réduction de taxe.
- Cette décision concernera quelques 580 000 développeurs coréens installés sur l'Apple Store et proposant plus de 1,4 millions d'applications.

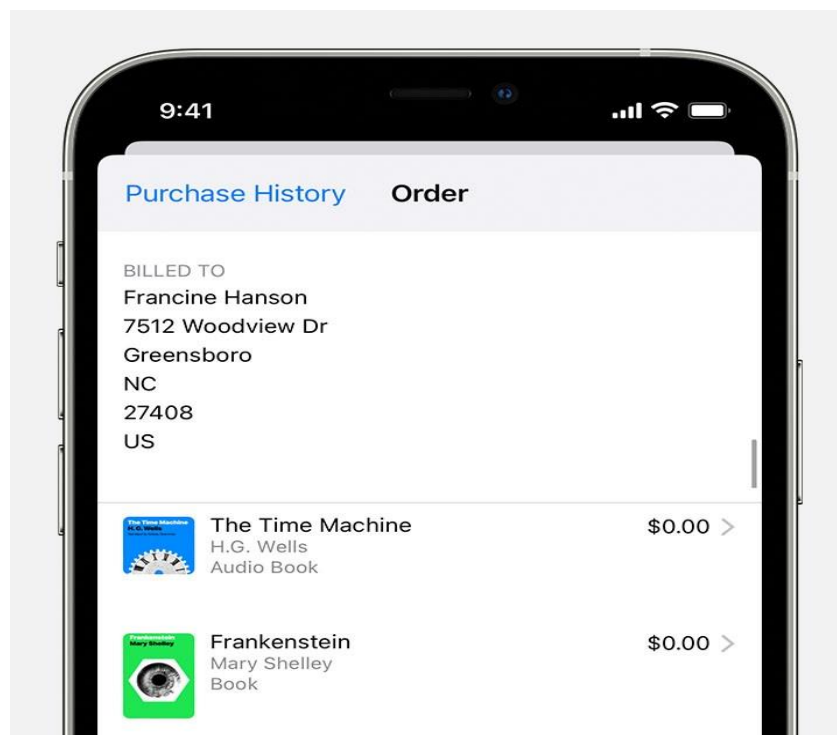
ENJEUX

- Un petit pas pour Apple... : Apple fait preuve de moins d'hypocrisie aujourd'hui, alors que le groupe campait jusqu'ici sur ses positions.
- ... une grande avancée contre le pouvoir des géants du web : La Corée du Sud est parvenue à faire plier, coup sur coup, Google et Apple sur le sujet des achats in-App. Une première qui illustre néanmoins une tendance de fond poussant les géants du web dans leur retranchement sur plusieurs questions fondamentales, à une époque où le paiement s'impose comme une pierre angulaire du commerce et des échanges de demain.
- Un exemple mondial : Le parlement sud-coréen reste le premier au monde à avoir adopté un projet de loi visant à empêcher les géants du web d'obliger les développeurs à utiliser leurs systèmes de paiement intégrés.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si la bataille réglementaire qui s'est jouée en Corée du Sud concerne des micro-paiements, c'est un vaste marché qui est finalement visé par cette évolution possible à travers le monde. Apple est d'ailleurs fier de préciser que l'App Store est désormais utilisé par plus de 600 millions de personnes chaque semaine dans 175 pays. L'App Store représente ainsi une manne financière pour les développeurs qui ont gagné plus de 260 milliards de dollars au sein de cet écosystème depuis son déploiement en 2008.
- Un véritable marché alternatif donc, au sein duquel il devient nécessaire de limiter le despotisme des géants du web. Outre la Corée du Sud, la tendance semble d'ailleurs se préciser partout dans le monde. Apple n'est plus intouchable, notamment depuis le conflit qui oppose la firme de Cupertino à un autre géant, du gaming cette fois, Epic Game. Apple a, dans ce contexte, fait appel d'une décision juridique visant à permettre aux développeurs d'applications iOS de proposer leur propre système d'achats in-app. Une autre action collective menée par 67 000 développeurs avait par ailleurs poussé Apple à assouplir ses règles en matière de paiement.

Source : [Techcrunch](#)



Nickel clarifie les relevés de compte

Relation client – France – 07/12/2021

La filiale de BNP Paribas, [Nickel](#), vient d'officialiser sa nouvelle relation de partenariat avec un acteur britannique. Il s'agit de Snowdrop Solutions, un spécialiste technologique de la donnée et des technologies de localisation. Leurs travaux communs ont débouché sur l'enrichissement des informations sur les paiements présentées dans les relevés de compte des clients de Nickel.

LES FAITS

- La banque "sans banque" Nickel s'est donc associée à Snowdrop Solutions afin d'aider ses clients à mieux comprendre leurs habitudes d'achat et surtout, leurs transactions passées. Plus concrètement, il s'agit pour Nickel de rendre les transactions présentées sur ses relevés de compte plus lisibles.
- Comment ? Grâce aux données. Snowdrop Solutions permet, en effet, d'enrichir les informations sur les transactions de paiement présentées dans les relevés de compte en associant à chaque opération :
 - un intitulé clair,
 - la marque commerciale ou le nom lisible du commerçant chez qui l'opération a été réalisée,
 - le logo du commerçant,
 - son adresse précise,
 - un lien vers le site du commerçant.

ENJEUX

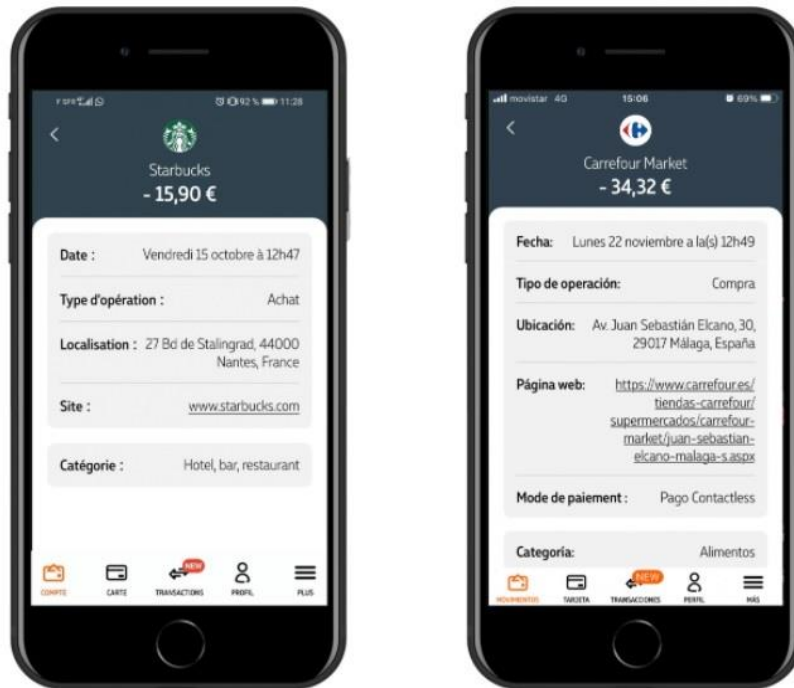
- Clarifier les échanges : Le travail d'éclaircissement des relevés de comptes et des opérations présentées représente, pour un prestataire de service financier, un moyen simple d'éviter les incompréhensions et les réclamations indues.
- Lutter contre la fraude : Parallèlement, le nouveau service proposé grâce à Snowdrop Solutions permet aux clients de détecter plus facilement les activités suspectes et de bloquer leur carte de manière plus réactive si nécessaire, empêchant ainsi toute fraude ultérieure.
- Optimiser la relation : L'initiative réduit, d'une part, le travail des équipes des banques s'agissant d'éclaircir la situation pour les clients, favorise l'autonomie de ces derniers et globalement, leur satisfaction.
- Un nouveau signe de déploiement européen : Pour satisfaire ses ambitions extranationales, Nickel s'est appuyé sur un acteur britannique qui a une évolutivité mondiale et lui permettra de déployer ce nouveau service sur différentes géographies. En avril dernier, Nickel précisait en effet préparer un déploiement opérationnel en Belgique et au Portugal pour 2022 et envisager de se positionner dans 6 nouveaux pays en 2024.

MISE EN PERSPECTIVE

- En mars 2019, Apple frappait un grand coup avec l'Apple card, particulièrement sur ce sujet de l'identification claire et géolocalisée des dépenses. Les banques auront mis près de deux ans à combler le retard. Cette fonctionnalité commence à se démocratiser et promet des améliorations en matière de conseils budgétaire.

- S'agissant particulièrement des relevés de compte, Banco Sabadell présentait d'ailleurs un modèle 2.0 justement basé sur l'usage des données en mars dernier.

Source : [Communiqué de presse](#)



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

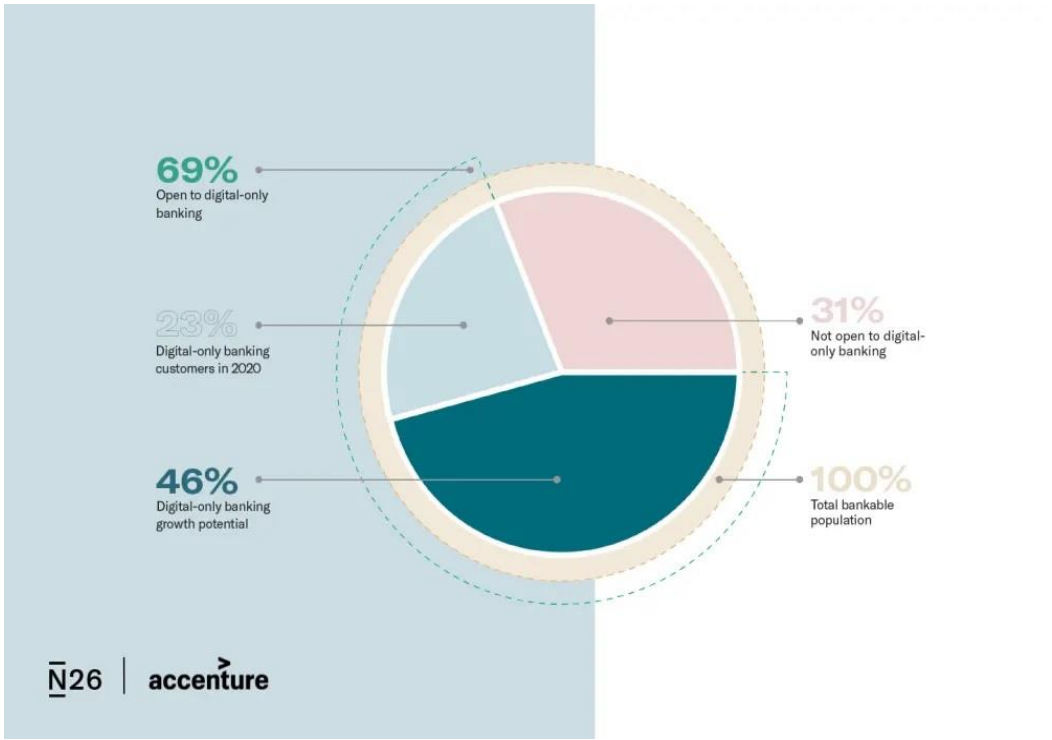
numérique, 65% pourraient néanmoins être convertis aux banques numériques en raison de leur proposition de valeur claire.

- 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](#)



Open Banking

Numeral, une jeune FinTech a fort potentiel

Paieement – France – 03/01/2022

Une nouvelle FinTech a fait son apparition sur le marché français il y a tout juste six mois. Baptisée Numeral, elle a pour ambition d'automatiser les virements et les prélèvements grâce à une API capable de connecter les entreprises avec leurs banques. Sa récente levée de fonds devrait l'aider à atteindre ses hauts objectifs en s'attaquant à un sujet crucial pour ses clients.

LES FAITS

- Numeral vient d'annoncer une levée de fonds de 13 millions d'euros dirigée par Balderton Capital et complétée par des investisseurs de premier plan dont Alexandre Prot (Qonto), Tom Blomfield (Monzo), Guillaume Princen (Stripe) et Kima Ventures.
- La FinTech française consolide ainsi un modèle développé il y a six mois au sein du startup studio Logic Founders (lui-même issu de l'incubateur de start-up parisien eFounders).
- Son ambition : Déployer une plateforme SaaS aboutie d'automatisation des paiements pour les entreprises technologiques et faciliter ainsi la gestion de leurs paiements (routage des paiements et équilibrage des comptes).
- Sa cible : Les compagnies d'assurance (pour le règlement des sinistres), les agences de recrutement intérimaire (pour payer leurs travailleurs) ou les sociétés BNPL par exemple. Plus globalement, tous les professionnels devant envoyer, recevoir et rapprocher de gros volumes de paiements avec leurs banques.
- Modèle économique : un abonnement mensuel et un système de commission dégressif sur transactions.
- Numeral s'adresse, pour l'instant, plus spécifiquement aux entreprises technologiques travaillant grâce à des API. Elle compte déjà, parmi ses clients, des entreprises de renom telles que deux Licornes françaises incontournables : Swile ou Spendesk. Des gages de confiance pour promouvoir son offre plus largement aujourd'hui.

ENJEUX

- S'appuyer sur l'open banking pour simplifier les paiements : Les banques ont de multiples interfaces pour effectuer des virements et des prélèvements. Numeral propose des API permettant d'uniformiser ces protocoles qui sont différents entre les banques et même spécifiques au sein d'une même banque selon les opérations que l'on souhaite opérer. Cette uniformisation permettra de faciliter l'intégration des processus de paiement.
- Calquer une offre en développement pour les particuliers : Le spécialiste américain du paiement Stripe est parvenu à s'imposer au fil des années comme une référence du paiement entre particuliers ou plus récemment, de l'encaissement. C'est ce modèle que suit aujourd'hui Numeral. Mais la FinTech se démarque en ciblant le marché BtoB.

- Coller aux besoins des entreprises : Alors que Stripe est devenue une référence sur le paiement en ligne par carte bancaire, Numeral espère avoir la même destinée mais sur le prélèvement et le virement, les moyens de paiements privilégiés entre entreprises.

MISE EN PERSPECTIVE

- La levée de fonds annoncée par Numeral lui permet de démarrer l'année 2022 en lançant officiellement sa plate-forme et en traitant ses premiers flux de paiements. La FinTech prévoit également de proposer rapidement de nouvelles fonctionnalités d'automatisation et de gestion des paiements.
- Numeral précise par ailleurs qu'elle devrait rapidement ajouter de nouvelles banques à sa plate-forme afin de parachever son modèle centralisé ; la FinTech compte actuellement trois partenaires bancaires français.
- Ce plan de développement s'appuiera notamment sur le recrutement de profils français et européens ; l'équipe de Numeral passera ainsi de 10 à 40 salariés prochainement.
- Numeral espère finalement convaincre de nouveaux clients à l'échelle européenne et particulièrement au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie et en Espagne.

Source : [Blog](#)



Paiement Fractionné

Fly Now Pay Later, ou l'adaptation du BNPL au marché du voyage

Paiement – International – 13/01/2022

Une récente levée de fonds vient souligner une tendance en pleine expansion, celle de l'adaptation des solutions de paiement fractionné et différé au marché du voyage. C'est la finTech spécialisée et bien nommée Fly Now Pay Later qui en fait aujourd'hui la démonstration.

LES FAITS

- Fly Now Pay Later vient de réaliser une nouvelle levée de fonds par emprunt pour un montant de 75 millions de dollars. Son principal investisseur est le fond Atalaya Capital Management.
- Ce financement devra avant tout permettre à Fly Now Pay Later d'assurer l'expansion de son offre aux Etats-Unis. Installé depuis 2020 dans le pays, le service a souffert de la crise mais fait de ce marché une priorité pour 2022.
- Fly Now Pay Later se présente comme un acteur spécialisé du BNPL, avec une couverture du marché britannique, européen et américain.
- Il permet à ses clients de répartir le coût d'un voyage sur un maximum de 12 mensualités en passant par ses partenaires voyagistes ou simplement par son application mobile pour réserver leur hôtel, appartement ou vol.
- Le service est accessible sans frais mais table sur des pénalités de retard de paiement jusqu'à 29,9 % pour se rémunérer.

ENJEUX

- Recruter : Créé en 2015, Fly Now Pay Later emploie actuellement 90 personnes au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Lettonie. Ses équipes devront accueillir plus de 250 personnes supplémentaires en 2022.
- Booster son déploiement : Fly Now Pay Later s'appuyait déjà sur des partenariats avec Booking.com et hotels.com, ainsi que sur des contrats signés avec des compagnies telles que Malaysia Airlines ou British Airways. Sa nouvelle levée de fonds devrait l'aider à convaincre d'autres nouveaux partenaires pour diffuser plus largement son offre.
- Un marché en plein boom : Juniper Research estime que les offres de BNPL représenteront plus de 50% du marché de la finance intégrée d'ici 2026. Une autre étude Statista prévoit pour sa part que les dépenses liées aux voyages intérieurs aux Etats-Unis devraient atteindre près de 968 milliards de dollars d'ici 2024. Deux marchés en pleine expansion donc, et que couvre actuellement Fly Now Pay Later.

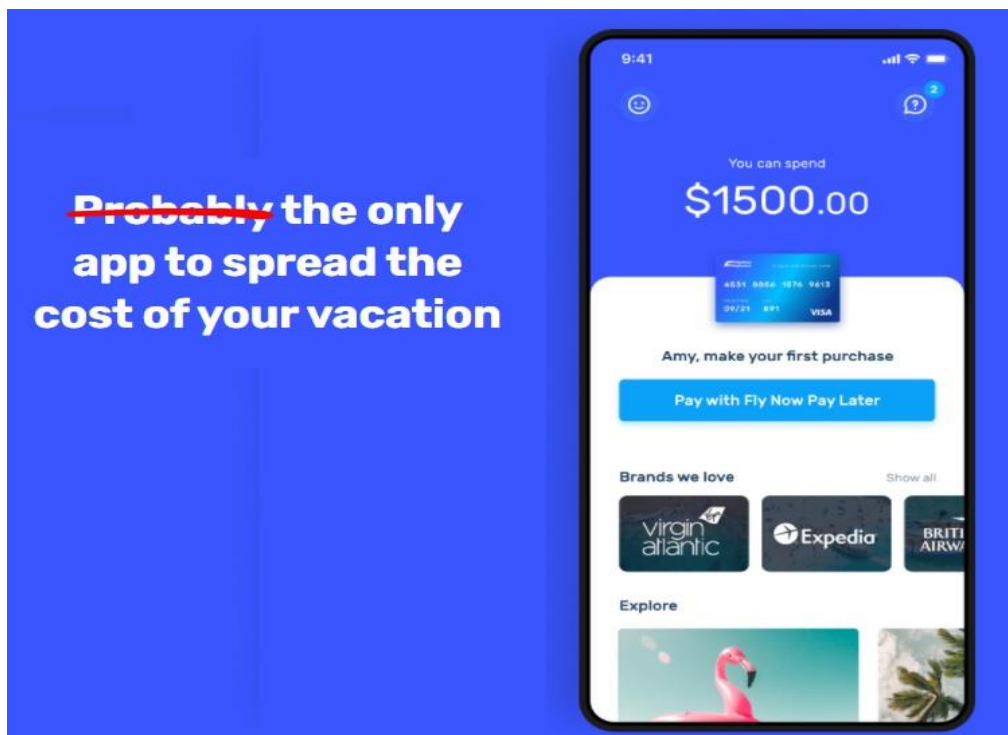
MISE EN PERSPECTIVE

- En mai dernier, un sondage American Express révélait que 36 % des consommateurs auraient aimé profiter d'une option de paiement plus flexible, telle que le BNPL, pour payer des voyages. C'est

d'ailleurs sur la base de ses résultats qu'American Express présentait une adaptation de son service Plan It, permettant à ses clients de régler leurs achats de billets d'avion via une solution adaptée de BNPL.

- Depuis, ce type d'offre promettant d'adapter le paiement fractionné au marché du tourisme s'est déployée. Les sites spécialisés tels que Carnival ou Expedia (avec Klarna) propose désormais ces offres de financement pour satisfaire l'appétit des consommateurs pour les voyages, après une difficile période de confinement.
- Plusieurs compagnies aériennes mondiales, dont Lufthansa, Aeromexico, United, TAP Air Portugal, Fly Porter, Sunwing ou encore Alaska Airlines, se sont par ailleurs associés à Uplift, un acteur du BNPL spécialisé sur le secteur du voyage.

Source : [Communiqué de presse](#)



Santander soutient sa propre offre BNPL avec Zinia

BNPL – Europe – 28/01/2022

La banque espagnol [Santander](#) n'entend pas laisser les FinTechs spécialisées s'accaparer toutes les parts du marché porteur du BNPL. Elle déploie aujourd'hui son propre service de Buy-Now-Pay-Later baptisé Zinia en Europe, après un lancement réussi en Allemagne.

LES FAITS

- La banque espagnole avait fait le choix de lancer son propre service de BNPL sur le marché allemand dans un premier temps.
- La technologie derrière Zinia y est testée sur le territoire depuis un an maintenant. Elle y aura fait ses preuves puisqu'elle est parvenue à convaincre quelques 2 millions de clients localement.
- Forte de ces résultats, Santander entend aujourd'hui déployer son offre. Les Pays-Bas sont présentés comme le premier pays ciblé mais il devrait être suivi par les pays du Nord de l'Europe, le Royaume-Uni, la France et l'Italie.
- Zinia propose un service relativement classique de BNPL, permettant aux consommateurs de payer certains de leurs achats en plusieurs fois sans intérêt, en ligne ou auprès des boutiques physiques acceptants le service.
- Santander s'appuie sur un réseau de partenaires commerçants pour étendre son offre.

ENJEUX

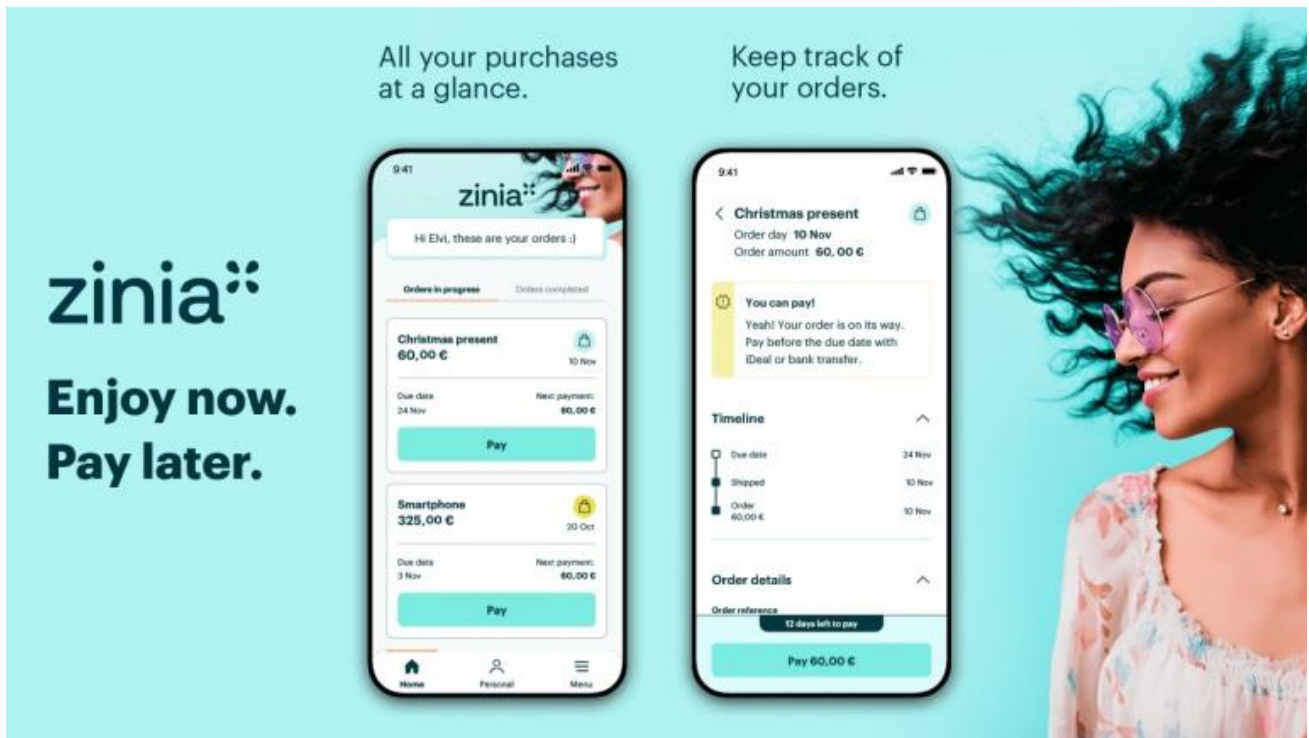
- **Compléter son offre** : Santander se targue de déjà proposer des crédits à la consommation à plus de 19 millions de clients chez plus de 63 000 commerçants affiliés. Son offre de BNPL vient compléter naturellement une offre déjà large. Santander Consumer Finance gère actuellement 120 milliards d'euros d'actifs dans 18 pays.
- **Valoriser son statut de banque historique** : Pour différencier son offre, Santander met en avant son statut de banque réglementée et son engagement à présenter une offre parmi les plus sûres du marché. Elle s'appuie notamment sur la technologie de scoring en temps réel, basée sur l'intelligence artificielle, de sa banque en ligne [Openbank](#). Cette dernière compte d'ailleurs déjà 1,7 million de clients dans cinq pays d'Europe et d'Amérique.

MISE EN PERSPECTIVE

- Zinia est le premier projet développé par la Digital Consumer Bank (DCB) de Santander, qui combine Santander Consumer Finance (SCF) et Openbank.
- Néanmoins, la banque espagnole cherche à faire preuve de dynamisme et de réactivité pour se positionner sur de nouveaux marchés et présenter de nouveaux services dans l'air du temps, face à de nouveaux concurrents. Avec plus ou moins de succès d'ailleurs.
- En 2020 par exemple, Santander se lançait sur le marché britannique des transferts d'argent internationaux. Elle présentait pour cela son service, [PagoFX](#) comme une réponse directe à des offres

innovantes telles que celle de Wise. La [fermeture](#) de ce service a finalement été annoncé en novembre dernier.

Source : [Communiqué de presse](#)



E-commerce, E-Payment

Checkout lève de nouveau fonds pour consolider ses positions

Païement – Royaume-Uni – 14/01/2022

La Licorne britannique spécialisée dans le paiement [Checkout.com](https://www.checkout.com) a commencé 2022 comme elle avait commencé 2021, en [réalisant](#) une levée de fonds d'ampleur. Cette opération doit lui permettre d'atteindre une valorisation record et d'asseoir sa domination sur son marché.

LES FAITS

- Checkout.com vient de clôturer une nouvelle levée de fonds pour un montant historique d'un milliard de dollars. La FinTech est ainsi parvenue à lever 1,8 milliard de dollars au total au cours de son existence, atteignant une valorisation de 40 milliards de dollars.
- Cette levée de fonds intervient dans le cadre d'une Série D.
- Ses principaux investisseurs sont Altimeter, Dragoneer, Franklin Templeton, GIC, Insight Partners, Qatar Investment Authority, Tiger Global et Oxford Endowment Fund. Plusieurs investisseurs historiques de la FinTech ont également renouvelé leur soutien financier.

ENJEUX

Rentable depuis plusieurs années, la FinTech entend utiliser ses nouveaux fonds pour atteindre trois objectifs clairs.

- Conquérir les Etats-Unis : L'objectif de Checkout.com n'est plus seulement de rester une référence au Royaume-Uni mais de s'imposer comme un acteur incontournable dans le monde entier. Et la priorité de la Licorne semble être le marché américain, sur lequel elle souhaite consolider son offre en 2022.
- Densifier ses offres : L'annonce de cette levée de fonds est aussi l'occasion choisie par Checkout.com pour annoncer le lancement prochain de nouvelles solutions dédiées aux marketplaces.
- Valoriser son expertise du Web 3.0 : Le dernier objectif que s'est fixé Checkout.com suite à sa dernière levée de fonds est celui de s'adapter aux évolutions des usages en ligne et de renforcer son leadership sur le thème, en misant notamment sur l'émergence des NFT et du Metaverse.

MISE EN PERSPECTIVE

- Pour rappel, Checkout.com est à l'origine d'une plate-forme de paiements, gérant l'acceptation des transactions, leur traitement et la détection des fraudes.
- Checkout.com estime avoir traité des centaines de milliards de dollars de paiements pour le compte de certains des plus grands marchands du monde. Parmi les clients de la Licorne : Netflix, Grab, Pizza Hut, TikTok, Siemens et Sony, mais aussi d'autres FinTech de renom telles que Klarna, Qonto ou Revolut et des acteurs de la crypto comme Coinbase, Crypto.com, FTX et MoonPay.
- Le volume de ses transactions traitées a triplé en 2021, pour la troisième année consécutive.

Source : [Communiqué de presse](#)



after closing our
\$1bn Series D
round at
●

Ford choisit Stripe pour améliorer l'expérience de paiement

Paiement en ligne – Etats-Unis – 19/01/2022

Le constructeur automobile [Ford](#) vient de signer un partenariat sur 5 ans avec le prestataire de services de paiement [Stripe](#). L'objectif de ce partenariat est à la fois de transformer l'expérience du paiement autour de l'automobile et de développer la vente en ligne des véhicules. Il s'agit donc d'un contrat très important pour Stripe qui consacre la FinTech comme un acteur majeur du paiement en ligne et permettra au constructeur automobile de moderniser son approche de la vente en ligne.

LES FAITS

- Le nouveau partenariat signé entre Ford et Stripe concerne l'ensemble des services de paiement de Ford et de ses concessions installées aux Etats-Unis ou en Europe.
- Ford s'appuie sur Stripe pour repenser son infrastructure de paiement sur le canal en ligne, au sein de ses services e-commerce. Un enjeu d'autant plus important qu'il doit permettre d'optimiser le parcours d'achat de véhicule, quel que soit le canal choisi par un client potentiel.
- Ce nouveau dispositif concernera aussi bien les clients particuliers que les professionnels.
- Ford tablera par ailleurs sur le service Stripe Connect pour faciliter les règlements entre ses clients acheteurs de ses véhicules et les concessionnaires.
- Le déploiement de la technologie Stripe devrait commencer au second semestre 2022, d'abord en Amérique du Nord.

ENJEUX

- Un support du paiement : Ford n'en est pas à son premier rapprochement avec des acteurs du paiement. En décembre 2020, le constructeur choisissait ainsi d'équiper ses utilitaires d'un TPE SumUp. Plus loin que l'automobile, le constructeur cherche aujourd'hui à supporter des services supplémentaires.
- Optimiser l'expérience client : Ford et Stripe présentent le paiement numérique et l'expérience e-commerce comme deux outils capables d'améliorer la relation client des constructeurs automobiles. Ces technologies favorisent plus de fluidité dans le parcours d'achat, y compris s'agissant de véhicule.
- Doper les services aux concessions : Ce partenariat est finalement aussi présenté par les parties prenantes comme un moyen de renforcer l'offre des concessionnaires, en améliorant, cette fois, leur système d'acceptation des paiements.

MISE EN PERSPECTIVE

- Qu'il s'agisse du paiement in-car, de la vente de véhicules en ligne (neufs ou d'occasion) ou encore de la dématérialisation de la souscription des contrats d'entretien, le secteur de l'automobile traverse, comme le reste de l'économie, une phase profonde de transformation numérique dont profitent pleinement les nouveaux acteurs en générale et ceux du paiement en particulier.
- Ford a même inscrit cet engagement en matière de transformation numérique de ses services au cœur de ses objectifs et de sa stratégie. Ce rapprochement avec Stripe fait d'ailleurs partie du plan de

restructuration et de modernisation plus large baptisé Ford+. Il table notamment sur l'électrification et la croissance rapide de l'entreprise grâce à des investissements à hauteur de 30 milliards de dollars d'ici 2025.

Source : [Communiqué de presse](#)



Le groupe Casino trouve un nouveau canal de vente avec WhatsApp

E-commerce – France – 24/01/2022

Le groupe [Casino](#) a présenté une nouvelle initiative inédite sur le marché français pour renouveler l'expérience d'achat et de paiement de ses clients. Les membres de son Club Leader Price peuvent ainsi, depuis peu, passer des commandes depuis WhatsApp. Le parcours y est entièrement pris en charge sur la messagerie, jusqu'au paiement.

LES FAITS

- Le groupe Casino vient de lancer un nouveau service rattaché à son offre [Club Leader Price](#), dédiée à la vente en ligne des produits de la marque distributeur. Il propose notamment un service de [réapprovisionnement](#) sur abonnement.
- Un nouveau QR Code est désormais associé au numéro du Club Leader Price. Les clients sont ainsi invités à scanner ce QR Code pour entrer le Club dans leur liste de leurs contacts WhatsApp.
- Parcours clients :
 - ouvrir le chatbot du Club Leader Price sur WhatsApp (via le nouveau numéro)
 - saisir les mots "passer commande"
 - cliquer sur le lien affiché
 - être redirigé automatiquement vers une page d'achats en ligne
 - remplir puis valider son panier
 - retourner automatiquement dans l'espace de discussion WhatsApp pour voir un nouveau lien, de paiement s'afficher
 - cliquer sur ce lien
 - valider son paiement via PayPal, Apple ou GooglePay, ou bien en renseignant ses coordonnées bancaires sur une nouvelle page dédiée
 - recevoir son colis (Colissimo), sous trois jours maximum à domicile
- Les frais de livraison sont offerts pour des paniers supérieurs à 50 euros.
- Les discussions sur ce fil sont animées par une Intelligence Artificielle qui se charge donc de rediriger automatiquement les clients en fonction de leurs besoins.
- Le dispositif est avant tout dédié aux courses d'appoint, de dépannage.

ENJEUX

- **Valoriser la fidélisation** : Le groupe Casino cherche à promouvoir ce nouveau canal en proposant à ses utilisateurs de profiter de réductions exclusives sur les produits achetés via WhatsApp.
- **Poursuivre sa transformation numérique** : Le déploiement de ce nouveau service en France représente, selon le groupe Casino, une nouvelle étape dans sa stratégie globale de transformation digitale. Plus que l'application mobile ou le simple site internet, Groupe Casino entend utiliser les réseaux sociaux comme un nouveau canal d'interaction et surtout, de ventes.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le lancement de son nouveau service sur WhatsApp est présenté comme une première en France par le Groupe Casino. C'est effectivement le cas mais il prend exemple sur une initiative similaire lancée en 2020 en Colombie par un autre groupe de la grande distribution, Exito. Ce dernier a pour principal actionnaire le groupe brésilien GPA, dont l'actionnaire de référence est finalement le groupe Casino lui-même.
- Depuis son lancement, le service a connu un important succès selon le groupe Casino qui estime qu'il compte désormais des centaines de milliers de clients, 600 000 selon certaines sources. WhatsApp représenterait près de 20 % des ventes hors magasins d'Exito désormais.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stripe prend en charge la monétisation des contenus créés sur Spotify

Paiement intégré – France – 26/01/2022

Le service suédois de streaming musical et de podcasts [Spotify](#) s'est engagé à renforcer sa stratégie de monétisation des podcasts publiés sur sa plate-forme. Il s'appuie pour cela sur son offre [Podcast Subscriptions](#) mais table aussi sur son nouveau partenariat avec le géant du paiement [Stripe](#) pour gérer le paiement des créateurs de contenus.

LES FAITS

- Stripe s'est donc associé à Spotify afin d'aider les podcasteurs à accepter les paiements sur la plate-forme de streaming.
- L'objectif du dispositif est double :
 - entretenir un lien direct et rémunérateur entre les créateurs de contenus et leurs fans,
 - créer un flux de revenus récurrents pour les podcasteurs afin de booster leurs productivité.
- Spotify avait notamment lancé un nouveau service, Podcast Subscriptions, permettant aux podcasteurs de proposer un nouveau flux de contenu mensuel payant. Son association avec Stripe doit gérer les paiements générés par ce nouveau service.
- Stripe fourni en effet l'infrastructure de paiement capable de supporter les abonnements aux podcasts et de prendre en charge des dizaines de devises à travers plus de 30 pays.
- En complément, Spotify a par ailleurs opté pour différents services proposés par son nouveau partenaire, à savoir [Stripe Connect](#) (pour rationaliser l'acceptation des paiements et la vérification d'identité des podcasteurs), mais aussi [Stripe Billing](#), Stripe Invoicing (pour automatiser l'envoi de facture) et Stripe Radar (pour éviter les fraudes).

ENJEUX

- **Favoriser les revenus récurrents** : Spotify cherche à promouvoir son rôle en tant que plate-forme rémunératrice, capable de générer des revenus récurrents pour ses créateurs de contenus. Son engagement est particulièrement nécessaire dans un contexte de consommation accrue des podcasts (selon les chiffres de la société spécialisée Chartable, 900 000 podcasts ont été créés dans le monde en 2020, le triple par rapport à 2019).
- **De la valorisation des contenus en ligne** : A nouveau marché, nouveaux besoins et les services de paiement se multiplient ainsi pour faciliter la monétisation des contenus. les plateformes. [Meta](#) (en particulier via [WhatsApp](#)), mais aussi [LinkedIn](#), [Clubhouse](#), [Twitter](#) ou encore [TikTok](#) ont présenté des initiatives diverses en ce sens. Et aujourd'hui, c'est au tour de Spotify de se lancer dans cette voie pour les podcasts.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les influenceurs ont, de longue date, été la cible des marques souhaitant tirer parti de leur popularité. Une [initiative](#) de la marque américaine One Piece datant de 2014 illustre cette tendance de fond.

- Depuis, le pouvoir des influenceurs s'est renforcé, porté notamment par la montée en puissance des réseaux sociaux comme nouveaux canaux de contact entre les jeunes et les marques. Les créateurs de contenus sont ainsi devenus des forces de valeur que les réseaux eux-mêmes cherchent à garder captifs. Et la monétisation de leurs contenus s'est finalement imposée comme une solution clé pour atteindre cet objectif.

Source : [Communiqué de presse](#)



Au tour d'Affirm de lancer sa Super-App

E-commerce – France – 31/01/2022

La FinTech américaine spécialisée dans le crédit et le BNPL [Affirm](#) vient de révéler sa Super-app présentée comme une solution tout-en-un pour gérer ses achats et ses finances. Son offre repose sur une tendance de plus en plus en vogue et qui attire des acteurs en dehors du seul secteur financier.

LES FAITS

- La nouvelle Super-App d'Affirm est présentée comme un outil d'accès simplifié à divers services depuis un espace unique. Ces services concernent aussi bien les facilités de paiement, la gestion financière, la fidélisation et l'achat en lui-même.
- En effet, parmi les fonctionnalités proposées par la nouvelle application d'Affirm, il faudra désormais compter sur des services de :
 - suivi du compte Affirm (capacité de paiement, économie réalisée, paiements fractionnés en attente,...),
 - offres spéciales auprès des partenaires commerçants d'Affirm,
 - propositions de produits en fonction de leurs habitudes d'achat,
 - carte virtuelle à usage unique,
 - remises et cash-back,
 - épargne (avec [Affirm Savings](#)),
 - ...
- Le service est officiellement lancé après une phase de test en version beta. Affirm a d'ailleurs pu constater une augmentation de l'engagement des consommateurs utilisant sa Super-App au cours de cette phase de test.
- Une simple mise à jour de l'application Affirm depuis l'App Store ou le Google Play Store permet désormais aux clients Affirm de profiter des nouvelles fonctionnalités.

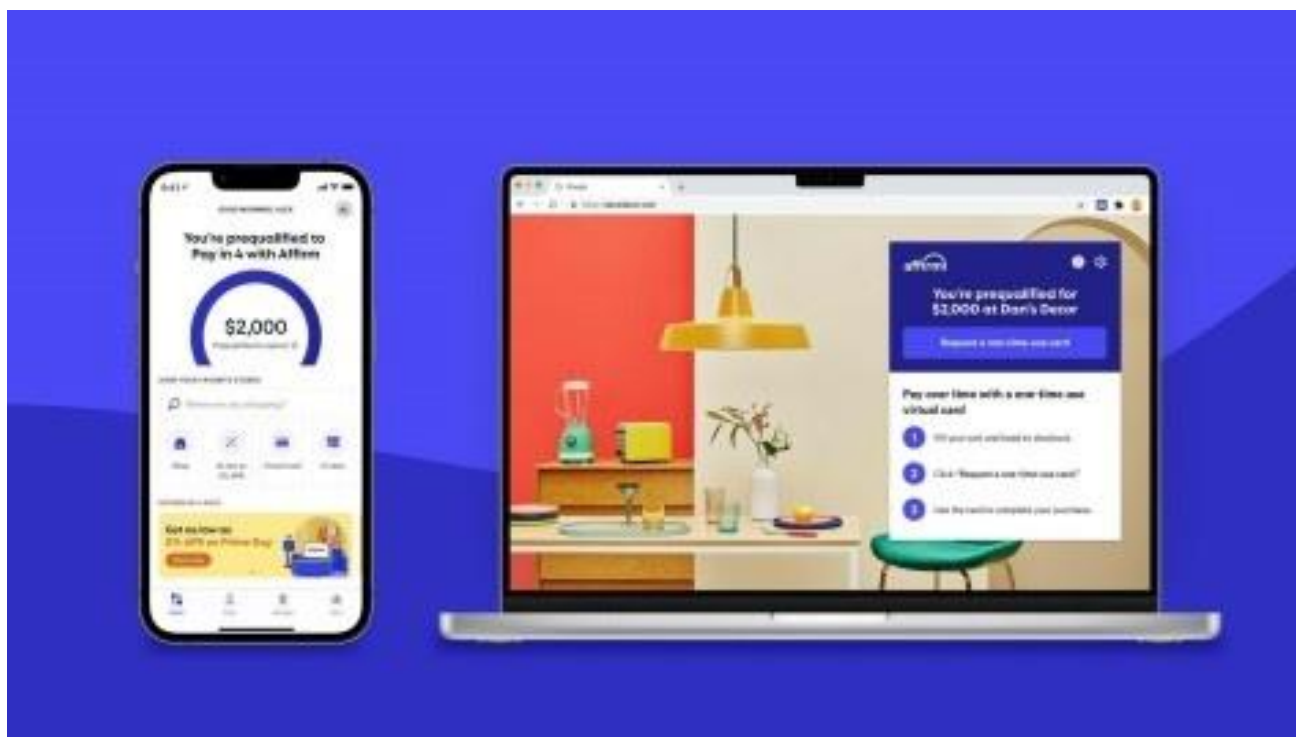
ENJEUX

- **Gagner des parts de marché** : Outre sa super-app, Affirm a par ailleurs lancé une extension de navigateur permettant aux consommateurs de payer, grâce à sa solution de BNPL, tout achat en ligne via Google Chrome. Les commerçants non-partenaires d'Affirm sont eux aussi concernés. Cette initiative résonne comme une réponse directe de l'acteur américain au suédois Klarna qui propose depuis peu un [service similaire](#).
- **Une confirmation d'ambition** : Ce lancement d'une super-app tournée vers le shopping représente une nouvelle incursion d'Affirm sur le marché. En septembre dernier en effet, Affirm signait en effet un [partenariat](#) avec Amazon pour permettre aux clients du géant du web d'accéder directement à ses services sur la plate-forme de e-commerce.

MISE EN PERSPECTIVE

- La bataille des [super-app](#) ne fait que commencer. Affirm part du BNPL et du crédit pour déployer d'autres services financiers et d'achat ; [PayPal](#), en tant qu'acteur historique du paiement, ou la banque russe [Tinkoff](#), optent pour la même voie de [diversification](#).
- Mais cette tendance n'est pas propre au seul marché financier. D'autres groupes se positionnent en faisant valoir leur capacité à s'étendre au-delà de leur cœur de métier. C'est le cas de [GoTo](#) (parti du secteur de la mobilité) ou de l'opérateur télécom [Vodacom](#). Le géant de la distribution [Walmart](#) serait lui aussi engagé dans cette voie.

Source : [Communiqué de presse](#)



TPE, Encaissement, mPOS

Adyen présente sa propre solution d'encaissement tout-en-un

Paiement – International – 07/01/2022

La concurrence s'intensifie sur le marché de l'acceptation des paiements. En effet, un nouvel acteur et non des moindres, proposera cette année sa solution d'encaissement tout-en-un. Il s'agit de la plate-forme de paiements néerlandaise Adyen, [acteur incontournable des services financiers](#) aux entreprises en Europe. La FinTech se chargera désormais aussi d'encaisser les paiements via sa propre solution Android. Une nouvelle étape dans sa stratégie de [diversification](#).

LES FAITS

- Les terminaux mobiles Android en point de vente (POS) d'Adyen, certifiés PCI, sont présentés comme des appareils tout-en-un capables de gérer l'encaissement, mais aussi la lecture des codes-barres et donc l'enregistrement des produits.
- Le système d'exploitation Android permettra par ailleurs aux utilisateurs du service d'Adyen de télécharger des applications externes complémentaires de gestion de stocks, de gestion des retours produits ou bien encore de programmes de fidélité.
- La solution POS d'Adyen repose finalement sur un simple appareil ultra mobile permettant aux vendeurs, serveurs, et tout autre personnel gérant la relation clients des entreprises optant pour cette solution d'encaisser à n'importe quel endroit de leur magasin ou restaurant.
- La nouvelle offre d'encaissement d'Adyen sera disponible en Europe, au Royaume-Uni ainsi qu'aux Etats-Unis. La FinTech compte déjà deux premiers clients à son offre :
 - Palisis, un éditeur de solutions de vente et d'opérations pour les secteurs du tourisme et du transport,
 - Immfly, un fournisseur de services numériques en vol.

ENJEUX

- Réduire les coûts : Adyen fait la promotion de son offre comme d'un moyen de réduire les coûts des parcs de terminaux. Sa solution POS permet notamment de se passer d'une caisse enregistreuse et de tout autre matériel hardware pour alléger le dispositif d'encaissement.
- Répondre à un nouveau besoin de mobilité : Avec le paiement en mobilité, ces nouveaux terminaux à la fois plus légers et plus complets ont une réelle carte à jouer pour séduire les marchands dans le renouvellement de leur gamme matérielle ou les nouveaux acteurs qui font de la vente en situation de mobilité.
- Améliorer l'expérience client : La possibilité, offerte par le système Android, d'enrichir l'offre d'encaissement avec des applications de gestion et de fidélisation est aussi présentée comme un argument du tout-en-un, un outil de simplification de gestion et un levier d'amélioration de l'expérience clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché de l'encaissement attire de nombreux acteurs en Europe. Rien qu'en fin d'année 2021, deux mouvements majeurs ont été opérés. PayPlug, filiale de Natixis spécialisée dans le paiement, a présenté sa solution d'encaissement SoftPOS en France quand Revolut annonçait 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.
- Il faudra donc, pour Adyen, tabler sur une concurrence renforcée sur son nouveau marché. Ce nouveau positionnement pour l'acteur du paiement en ligne est une réponse directe au déploiement de son concurrent américain Stripe en Europe et au positionnement d'acteur provenant de l'acceptation comme Square et SumUp dont la récente implantation aux Etats-Unis va lui compliquer la tâche pour imposer sa propre solution.

Source : [Communiqué de presse](#)



Virements / Initiation de Paiement

Memo Bank améliore les règlements des entreprises

Virements – France – 3/1/2022

Pour faire passer les petites entreprises à l'ère du "temps réel", Jean-Daniel Guyot, cofondateur et président de Memo bank, s'est promis [d'améliorer les processus bancaires](#) à destination de cette cible de clientèle mal desservie par les banques traditionnelles. Pour ce faire, il a acquis le statut de "participant direct" au mécanisme de règlement STEP2, ce qui va permettre à [Memo Bank](#) de gagner en autonomie et d'accélérer les règlements de ces clients.

LES FAITS

- STEP2 a été développée par EBA Clearing. Ce système de règlement est la principale chambre de compensation pour les virements et les prélèvements SEPA en euros, permettant d'automatiser des paiements de masse en euros entre banques. Elle autorise certains établissements financiers, banques et établissements de crédit en particulier, à se connecter à son organisation pour obtenir le statut de participant direct.
- Memo Bank fait désormais partie de ce club très fermé puisqu'elle compte parmi les 54 participants directs à la chambre de compensation automatisée et paneuropéenne STEP2.
- L'établissement bancaire prévoit d'accélérer le rythme de paiements de ses clients, traitant les opérations au jour le jour, un service qui prend notamment tout son sens en fin de mois pour la gestion de la paie.
- Memo Bank prévoit par ailleurs de proposer prochainement un nouveau service de paiement par prélèvement, en mode initiation de paiement.

ENJEUX

- Un instrument pour améliorer l'expérience client : L'établissement bancaire prévoit d'accélérer le rythme de paiements de ses clients, en élargissant les heures de coupures (cut-off). Ainsi, contrairement à la plupart des banques traditionnelles qui traitent les virements passés après 11h le lendemain matin seulement, Memo Bank traitera ces opérations le jour-même.
- La consécration d'un modèle indépendant : Memo Bank est la première banque indépendante à avoir été créée en France depuis 50 ans. Elle se positionne aujourd'hui au côté de 53 banques majeures européennes déjà membres de STEP 2.
- Atteindre une autre dimension : La nouvelle accréditation de Memo Bank lui permet de réaliser des virements instantanés sur certains montants plus importants et lui ouvre ainsi le marché des paiements des salaires. Memo Bank profite aussi de son nouveau statut pour devenir une des toutes premières banques européennes à intégrer le nouveau système de règlement Continuous Gross Settlement (CGS) proposé par EBA Clearing.

MISE EN PERSPECTIVE

- Memo Bank est un nouvel entrant sur le marché, mais il continue de dérouler sa stratégie visant à devenir un établissement de plein exercice ayant les mêmes capacités fonctionnelles qu'un établissement traditionnel.
- Si Memo Bank a pu se connecter à la chambre de compensation STEP2 un an seulement après son lancement sur le marché, c'est grâce à deux atouts :
 - un agrément d'établissement de crédit de plein exercice
 - son infrastructure bancaire à l'état de l'art, développée en interne et à partir de zéro. Une autre première à l'échelle européenne.

Source : [Communiqué de presse](#)



Blockchain et monnaies virtuelles

L'Estonie prend de l'avance en matière de MNBC

Païement – Estonie – /202104/01/2022

L'Eesti Pank, Banque Centrale d'Estonie, a révélé les résultats d'une expérimentation menée sur les possibilités technologiques du lancement d'une monnaie numérique de banque centrale (MNBC) basée sur la Blockchain KSI. Et sa collaboration avec Guardtime, société technologique spécialisée, a débouché sur de premiers tests concluants.

LES FAITS

- Guardtime est à l'origine d'une blockchain baptisée KSI qui a été adaptée dans le monde entier pour diverses applications. Elle a notamment été adaptée pour le soutien de monnaies digitales sous le nom de KSI Cash depuis le début des années 2000.
- L'Eesti Pank avait d'abord confié à Guardtime la charge de développer une technologie Blockchain capable d'optimiser ses échanges informatiques. Une opération couronnée de succès qui aura démontré sa capacité à supporter un système de paiement.
- La promesse de KSI Cash est donc aujourd'hui de prendre en charge un système de paiement plus puissant et rapide que les systèmes actuellement connus de paiement par cartes ou instantanés. Il faut en moyenne 0,6 seconde pour réaliser un paiement peer to peer sur KSI.
- KSI Cash représente par ailleurs des avantages en matière de protection de l'environnement ; elle permet de traiter des paiements en utilisant moins d'énergie que les paiements par cartes ou grâce aux Bitcoins.

ENJEUX

- Une étape de plus en faveur de l'interopérabilité : Le bitcoin, basé sur la Blockchain, reste à ce jour une référence et un modèle pionnier en matière de crypto-monnaie. Les efforts des banques centrales pour présenter une alternative numérique à leur monnaie porte majoritairement sur la construction d'écosystème propre reprenant le modèle de Blockchain. Une stratégie qui ouvre d'ailleurs un nouveau marché aux spécialistes du paiement tel que Visa. L'Estonie fait pour sa part un autre choix, celui d'intégrer sa MNBC directement sur une Blockchain existante et ouverte aux autres crypto-monnaies d'état.
- L'intérêt du partenariat : En s'associant avec Guardtime, l'Eesti Pank présente aujourd'hui un modèle abouti alors que de nombreux pays sont aujourd'hui toujours bloqués au stade expérimental pour leur MNBC.

MISE EN PERSPECTIVE

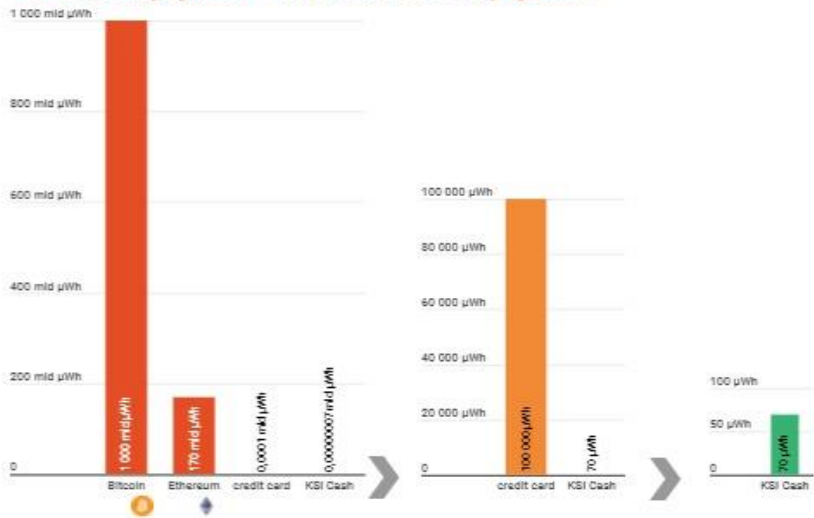
- Les projets de recherches en matière de MNBC ont débuté en octobre 2020 en Estonie. Le pays présente aujourd'hui un modèle abouti qui aura néanmoins connu des précédents.

- Le Nigeria fait ainsi figure de pionnier en matière de MNBC avec son eNaira, tout comme les Bahamas ou la Chine.

Source : [Communiqué de presse](#)

Comparison of energy use per transaction (given in micro-Wh per transaction)

One Bitcoin payment = 14 billion KSI cash payments



This an estimate arrived at using an indirect methodology

15 Bitcoin

15 Bitcoin

PayPal dévoile un stablecoin propriétaire

Paiement – Etats-Unis – 10/01/2022

PayPal [s'intéresse](#) de longue date aux crypto-monnaies et à un moyen pour son groupe de se positionner sur ce marché en pleine expansion. Face aux rumeurs persistantes sur le lancement d'une devise numérique propriétaire, le groupe vient finalement de confirmer cette stratégie. Sa décision de quitter le projet Libra de Facebook prend donc tout son sens puisqu'un Stablecoin PayPal est en préparation.

LES FAITS

- Jose Fernandez da Ponte, vice-président senior de l'entité dédiée au crypto et aux monnaies numériques chez PayPal, a déclaré officiellement que son entreprise travaillait actuellement au lancement d'un Stablecoin sécurisé, à la valeur adossée à celle du Dollar américain.
- Cette officialisation fait suite à de nombreuses rumeurs et à la découverte, au sein de l'application iOS de PayPal, de lignes de code prévoyant un encore mystérieux "PayPal Coin".
- PayPal n'a rien dévoilé des contours de sa crypto-monnaie (son nom et son logo ne sont pas définitifs). Le groupe a simplement accepté de confirmer les avancées de ses travaux avec les régulateurs sur la question.

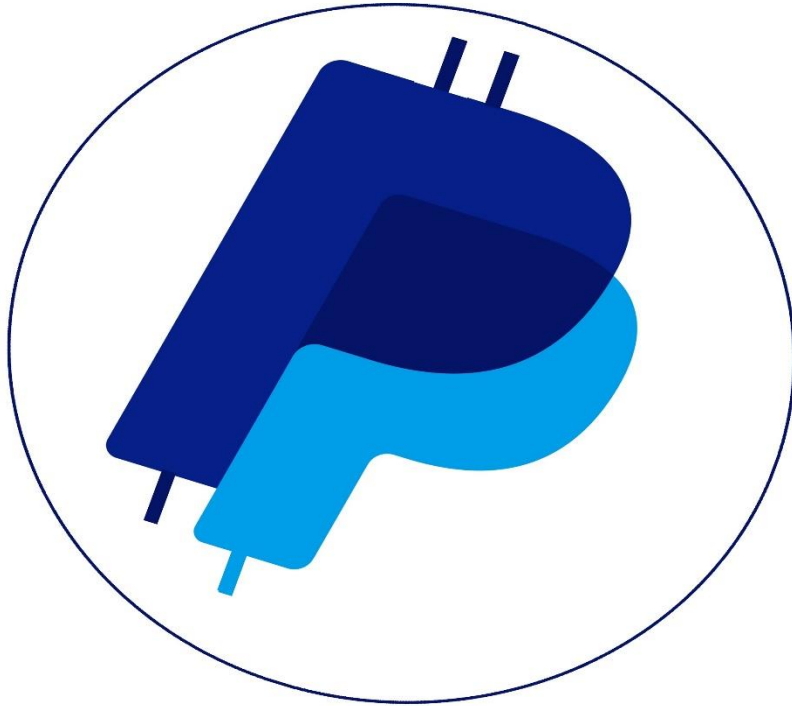
ENJEUX

- Une étape dans la construction d'un modèle de super-app : PayPal a travaillé, tout au long de l'année 2021, à la diversification de ses activités. Cet appétit pour de nombreux nouveaux services débouchait notamment sur la présentation d'une super-app, en septembre dernier. Le groupe concrétisait juste avant cela son ambition de démocratiser les crypto-monnaies avec le lancement d'un nouveau service de trading dédié.
- Un travail de co-création : Outre des discussions avec les régulateurs, PayPal a tablé sur un hackathon interne pour développer son projet, ainsi que sur un travail collaboratif avec des entreprises spécialisées dans la Blockchain telle qu'Avalanche (AVAX).
- Être un pionnier de l'innovation : Les acteurs privés aux Etats-Unis savent qu'ils ont une carte à jouer pour faire avancer le sujet des cryptomonnaies au niveau tant institutionnel, qu'économique. Paypal dévoile avec ce nouveau projet ces ambitions importantes en matière de paiement et au-delà.

MISE EN PERSPECTIVE

- Pour rappel, les Stablecoins sont des crypto-monnaies soutenues par la valeur d'une devise ou d'une marchandise existante. Parmi les géants du web américains, Facebook fait figure de référence sur la question du lancement de Stablecoin privé. Mais le déploiement de son projet avant-gardiste a été marqué par de nombreuses péripéties.
- PayPal faisait d'ailleurs partie de l'aventure Libra au démarrage mais choisissait finalement de quitter le projet en 2019. En cause, les craintes des régulateurs vis-à-vis des Facebook et sa propension à respecter la confidentialité des données de ses clients. PayPal se positionne plus tardivement sur ce marché. Le groupe fait néanmoins preuve davantage d'expérience en matière de paiement et bénéficie de l'avancée réglementaire importante, sur ces sujets, de ces deux dernières années.

Source : [Bloomberg](#)



Visa et Consensys font le lien entre MNBC et réseaux traditionnels

Transferts – Etats-Unis – 17/01/2022

Le géant du paiement [Visa](#) vient de trouver un nouveau partenaire, Consensys, avec lequel il espère pouvoir s'imposer comme une référence incontournable du marché des [MNBC](#). Cette association représente une nouvelle étape dans le cadre d'une stratégie déjà bien [avancée](#) de la part de Visa pour ne pas se laisser disrupter par l'innovation en cours dans le monde du paiement.

LES FAITS

- Le développeur de logiciels de cryptographie Consensys s'installe donc aujourd'hui dans le catalogue des partenaires de Visa. Leurs travaux communs devront porter sur la création d'une passerelle entre les réseaux de paiements existants et les réseaux MNBC.
- L'objectif est de développer une nouvelle infrastructure capable d'aider les banques centrales et les institutions financières traditionnelles à se réunir au sein d'un même espace interopérable, pour créer des services simples et connectés entre les deux réseaux.
- Ces services pourraient par exemple prendre la forme de wallet ou de carte de paiement.
- Visa et Consensys consultent actuellement les banques centrales du monde entier afin de valider ce modèle.
- La nouvelle infrastructure de Visa et Consensys devrait être disponible au printemps prochain.

ENJEUX

- Un coup d'avance : Tout l'enjeu de ce rapprochement entre Visa et Consensys repose aussi, pour Visa, sur son ambition de garder un temps d'avance sur son principal concurrent historique : MasterCard. Or MasterCard et Consensys avaient annoncé une collaboration en décembre dernier et l'annonce de Visa vient désormais d'y répondre.
- Passer une étape supérieure : En octobre 2021, Visa précisait vouloir se charger de l'interopérabilité des crypto-monnaies. Elle misait alors sur un concept développé par ses équipes et baptisé « canal de paiement universel » (UPC), pour créer des passerelles entre les Monnaies Numériques des Banques Centrales, afin de favoriser l'interopérabilité des chaînes. Aujourd'hui, c'est entre réseau de MNBC et réseaux de paiements traditionnels que Visa s'engage à créer des passerelles, relevant encore plus haut ses ambitions sur le thème.

MISE EN PERSPECTIVE

- Visa n'en est pas à sa première initiative sur le marché des MNBC et des crypto-monnaies. Le géant du paiement se posait ainsi en expert du secteur en décembre dernier, alors que le groupe révélait les nouvelles grandes lignes de ses ambitions en matière de Monnaies Numériques des Banques Centrales fin 2020.
- Mais les crypto-monnaies ne représentent pas le seul sujet d'intérêt de Visa en matière de nouvelle interface de paiement. Visa s'intéresse aussi beaucoup aux solutions basées sur le Cloud et présentait d'ailleurs, en décembre dernier, une nouvelle plate-forme, Visa Acceptance Cloud (VAC), censée

révolutionner le paiement en point de vente. Elle vise à permettre aux acquéreurs, fournisseurs de services de paiement, fabricants de systèmes de points de vente (Point Of Sale, POS), et acteurs de l'Internet des Objets (IdO) de migrer leurs logiciels de traitement des paiements actuellement intégrés dans chaque périphérique matériel, vers le Cloud, afin d'en assurer une accessibilité universelle.

Source : [Communiqué de presse](#)



L'infrastructure de paiement Lynx s'adapte au Metaverse

Crypto – Canada – 18/01/2022

Lynx se présente comme une infrastructure dédiée au paiement. Cette société canadienne opérant à l'international a profité du début d'année pour préciser ses ambitions stratégiques pour l'avenir. Son adaptation au nouvel environnement du Metaverse est considérée comme une priorité ; elle cherche à s'imposer comme une société référence pour faire le lien entre économie numérique et réelle.

LES FAITS

- La société canadienne Lynx vient d'annoncer avoir étendu son infrastructure financière pour inclure la prise en charge de services basés sur le Metaverse.
- Lynx envisage, dans un premier temps, d'ouvrir ce type de service à sa clientèle d'Asie du Sud-Est. La société y table en effet sur son récent rachat de la Binangonan Rural Bank (BRB, une banque rurale philippines axée sur les services numériques) grâce à laquelle elle peut profiter d'une double licence bancaire et d'émetteur de monnaie électronique.
- Ce positionnement de services financiers dans le Metaverse est avant tout préparatoire ; il vise à estimer les opportunités de ce nouvel environnement. Mais Lynx a d'ores et déjà identifié deux cas d'usage possible :
 - le Play to earn (P2E) rattaché aux jeux blockchain permettant de gagner des actifs numériques (crypto-monnaies ou NFT) et de créer de la valeur en ligne,
 - les transferts de fonds.
- En effet, 540 milliards de dollars ont été transférés vers les pays en voie de développement rien qu'en 2020 selon la banque mondiale. Lynx entend créer des espaces, au sein du Metaverse, pour aider les familles à échanger et à se transférer de l'argent à travers le monde.

ENJEUX

- Faire émerger de nouvelles solutions passerelles : La plate-forme permettra à des applications de paiement émergentes et existantes de prospérer dans le Metaverse. Mais Lynx entend surtout créer des ponts entre économie virtuelle et réelle en permettant aux internautes d'encaisser leurs gains de jetons NFT en espèces ou sur une carte prépayée Lynx par exemple, pour qu'ils puissent ensuite acheter des produits dans le monde réel ou payer leurs factures par exemple.
- Favoriser l'inclusion : L'objectif majeur de Lynx est bien de tabler sur le Metaverse pour favoriser l'inclusion financière grâce au numérique. La société vise ainsi un déploiement de ses services en Asie du Sud-Est où elle estime que 70 % de la population y est encore sous-bancarisée.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché du P2E a généré 2,5 milliards de dollars au premier semestre 2021 selon Reuters. Il représente ainsi une tendance forte, en devenir mais portant d'ores et déjà de nombreuses opportunités.

- Ce marché a notamment profité de la pandémie pour exploser, en particulier en Asie, et profite aujourd'hui aussi des avancées des géants du web tel que Meta (Facebook) sur le thème pour se démocratiser.

Source : [Communiqué de presse](#)



Retour d'expérience : La moitié des banques suisses s'ouvrent aux cryptomonnaies

Païement – France – 20/01/2022

Le cabinet Suisse d'audit financier et de conseil EY (Ernst & Young), a publié son baromètre des banques 2022. Il souligne l'optimisme du secteur à l'aube de cette année 2022 et la confirmation d'une tendance de fond s'agissant de l'ouverture des établissements traditionnels aux crypto-actifs.

LES FAITS

- La majorité des banques suisses prévoient de proposer des produits de placement en crypto-monnaies. C'est le principal enseignement que tire le cabinet EY de son nouvel observatoire des banques 2022, s'agissant particulièrement du thème du marché crypto. Il a permis d'interroger 90 établissements bancaires.
- 55 % des banques interrogées dans le cadre de cet observatoire ont ainsi précisé qu'elles prévoyaient de lancer une offre d'investissement dans les crypto-actifs dans les 3 prochaines années.
- Des dissensions existent néanmoins en fonction de la nature des banques :
- les banques privées se montrent les plus matures sur le sujet puisque 68 % d'entre elles ont souligné leur intérêt pour ce type d'actifs numériques ;
- la proportion d'établissements prêts à offrir un placement en crypto-monnaies à leurs clients d'ici trois ans redescend en revanche à 50% pour les banques cantonales et à 48% pour les banques régionales.
- Plus globalement, 55 % des banques interrogées ont déclaré qu'elles pensaient que les crypto-monnaies allaient s'établir en tant que classe d'actifs à part entière (au même titre que les actions et les obligations) sur le long terme.
- 52 % des banques ont aussi déclaré qu'offrir des possibilités de placement en crypto-monnaies n'allait pas à l'encontre de leurs objectifs en matière de développement durable.

ENJEUX

- Un temps d'avance : Le marché suisse s'ouvrait à l'ère des crypto-banques dès 2019 et a été choisi comme lieu de résidence par l'association Diem. La banque espagnole BBVA a par ailleurs choisi ce pays pour y tester une plate-forme commerciale d'achat, de vente et de conservation des actifs numériques. Elle renforçait d'ailleurs récemment son dispositif.
- Une évolution à suivre : L'engouement pour les crypto-actifs est lié à celui des clients et à l'ambition de proposer des placements à forte croissance potentielle. Il n'en reste pas moins que la Banque des règlements internationaux (BRI) exige des fonds propres plus élevées sur les crypto-actifs détenus par les banques.
- Une stratégie bipolaire : Même si la durabilité reste un enjeu majeur pour la majorité des banques, 54 % sont d'avis qu'offrir des possibilités de placement en cryptomonnaies ne va pas à l'encontre de leurs objectifs en matière de développement durable.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'exemple de la Suisse est à suivre car il souligne une tendance de fond prenant de l'ampleur à l'échelle mondiale. En novembre 2021 d'ailleurs, c'est en Australie que Commonwealth Bank devenait la première banque de son pays à proposer un service de trading de crypto-actifs. La banque italienne Banca Generali a par ailleurs investi dans la FinTech Conio afin de proposer des produits cryptos.
- La valeur de marché du total des crypto-actifs en circulation a dépassé les 2 000 milliards de dollars en septembre 2021, soit 10 fois plus que début 2020. Le Fonds Monétaire International fait état de cet essor exponentiel et des enjeux de désintermédiation pour les banques centrales et les banques commerciales. Il souligne l'importance, pour les autorités, d'émettre des monnaies numériques de banque centrale et la nécessité de s'adapter aux technologies pour éviter la disruption.

Source : [Communiqué de presse](#)



Cryptomonnaies

55%

des banques interrogées prévoient de lancer des offres d'investissement dans des cryptoactifs au cours des trois prochaines années.

Identité numérique et Biométrie

La carte biométrique STPay Topaz Bio reçoit un prix CES 2022

Païement – France – 06/01/2022

STMicroelectronics, multinationale franco-italienne spécialiste des puces électroniques et acteur historique du marché des semi-conducteurs, s'est vu remettre un prix au salon CES 2022, évènement mondial incontournable de la technologie et de l'innovation. Ce prix vient couronner la carte STPay Topaz Bio, consacrant la pertinence de l'usage de la biométrie dans la sécurisation des moyens de paiements.

LES FAITS

- STPay-Topaz-Bio est présentée comme une solution de paiement prête à l'emploi très complète. Elle associe en effet la sécurité de l'authentification biométrique des titulaires de carte à la rapidité et à la commodité des transactions sans contact.
- La solution vient de recevoir le prix de l'innovation CES 2022 pour sa capacité à faciliter la création d'un système biométrique sur carte. Il gère en effet l'enregistrement des empreintes digitales, la gestion des données, la question de l'alimentation et le processus d'authentification de la carte.
- Pour les utilisateurs de la carte, son utilisation reste simple. Plutôt que de saisir un code, il leur suffit, pour valider un paiement, de placer leur doigt sur le scanner d'empreinte dédié présent sur la carte.
- Techniquement, la plate-forme STPay-Topaz-Bio comprend un élément sécurisé ST31N600, un cœur Arm SecurCore SC000 de 40 nm et une puce de traitement d'image STM32L443. Le ST31N600 héberge par ailleurs des applications de paiement, un système de correspondance de modèles biométriques et s'appuie sur la récupération d'énergie pour alimenter son système.

ENJEUX

- Une reconnaissance mondiale : Le Consumer Electronics Show, ou CES, s'est imposé depuis son lancement en 1967 comme un évènement incontournable de l'innovation technologique. Recevoir un prix au sein de ce salon représente une belle reconnaissance au niveau mondial pour les acteurs de différents secteurs.
- Démocratiser la biométrie : En rendant le système biométrique sur les cartes plus sûr et plus pratique, les solutions STPay-Topaz-Bio aideront à augmenter– voire à supprimer – les limites actuelles de plafonnement sans contact sur la plupart des cartes bancaires.
- Aller au-delà des solutions de paiement : Le dispositif technologique peut aussi, selon son créateur, être facilement intégré à des cartes d'identité, des solutions d'accès et de la billetterie dédié aux transports par exemple. Les équipes étudient déjà l'utilisation de cette technologie dans les soins de santé et le contrôle d'accès. L'authentification des utilisateurs avec une empreinte digitale peut fournir un chemin plus fiable et plus sûr vers la confidentialité.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon une étude de ReportLinker, le marché mondial de la technologie biométrique sans contact devrait atteindre 18,6 milliards de dollars d'ici 2026, la pandémie ayant servi de moteur de l'adoption pour cette technologie, alors que les consommateurs cherchent à éviter les contacts avec du matériel public.

Source : [Blog](#)



Docaposte rachète l'activité signature électronique d'Idemia

E-signature – Europe – 14/01/2022

[Docaposte](#) est la filiale numérique du groupe La Poste. Elle s'impose aujourd'hui comme le leader français du marché de la signature électronique en annonçant le rachat de l'activité dédiée d'[Idemia](#), présenté comme un pionnier de l'identité numérique. Cette alliance de forces doit rayonner au-delà des frontières françaises.

LES FAITS

- Docaposte vient donc de s'offrir les activités de signature électronique et de coffre-fort numérique d'Idemia. Le groupe numérique s'impose ainsi comme le leader français de la signature électronique.
- Ce rachat représente aussi une association d'expertise qui permettra désormais à Docaposte de couvrir de multiples services de confiance numérique :
- l'identité numérique au niveau substantiel de La Poste (en attente de notification européenne comme solution d'identité numérique française raccordée à FranceConnect),
- les certificats électroniques (signature électronique, recommandé électronique),
- la vérification d'identité à distance (PVID),
- le contrôle documentaire,
- le KYC,
- le futur e-archivage eIDAS 2 avec signature intégrée.
- L'opération de rachat est effective depuis le 1er janvier 2022 mais vient seulement d'être officialisée par les groupes concernés. Elle permet à Docaposte de couvrir 30 % de part de marché du secteur en France.
- Le montant de la transaction n'a pas été révélé.

ENJEUX

- S'internationaliser : Idemia profitait d'une implantation européenne de ses activités. C'est ce positionnement qui ouvre aujourd'hui les portes de l'Europe à Docaposte, et de 8 pays en particulier (Espagne, France, Roumanie, Danemark, Allemagne, Bulgarie, Portugal et Suisse). Cette couverture représente un marché potentiel, à horizon 2025, de 1,2 milliard d'euros.
- Consolider son offre sur ses marchés prioritaires : Les secteurs de la banque et de l'assurance sont clairement cités comme les marchés prioritaires de Docaposte. Son rachat d'Idemia permettra notamment au groupe d'enrichir sa gamme de services avec une solution de stockage numérique adaptée à ces marchés réglementés.
- Favoriser des synergies : Docaposte renforce son offre avec Idemia alors qu'elle fournissait déjà la première solution d'identité numérique attestée conforme au niveau de garantie substantiel du règlement eIDAS par l'Anssi en France.

MISE EN PERSPECTIVE

- Docaposte précise que le rachat d'Idemia, s'il représente une opération majeure pour son groupe, s'inscrit dans une stratégie plus globale d'extension par le rachat (Soiteam Group, AR24 qui proposait une solution de lettre recommandée électronique, InAdvans sur le marché de la santé ou encore Index Education).
- Une stratégie qui aura permis au groupe de s'imposer comme le premier opérateur de données de santé en France avec plus de 45 millions de dossiers médicaux gérés. L'entreprise précise compter plus de 23 000 entreprises et administrations clientes, 6 400 collaborateurs répartis sur près de 70 sites en France et à l'international. Docaposte a réalisé 750 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2021 et espère en réaliser 1 milliard en 2022.
- Idemia réalisait pour sa part, en 2020, un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros et prévoit de construire une nouvelle usine de 8 000 m². L'objectif pour le groupe est de construire un nouveau site de production afin d'augmenter significativement ses volumes d'ici à 2024. Des objectifs sont d'ailleurs déjà fixés : augmenter de 10 % les volumes de cartes bancaires produites à Vitré, augmenter de 100 % les volumes de cartes d'accès corporate et augmenter de 105 % la production de composants électroniques automobiles.

Source : [Communiqué de presse](#)



(Crédit : Docaposte)

Yousign s'impose comme référence de la signature électronique en Europe

E-signature – Europe – 26/01/2022

La start-up française Yousign a fait du chemin depuis sa création, à Caen, en 2013. A force de [levées de fonds](#) et de [partenariats](#), elle s'est imposée en France et en Europe comme une référence de la signature électronique. Elle passe aujourd'hui par le rachat d'un acteur complémentaire pour consolider son positionnement.

LES FAITS

- Yousign vient donc de racheter Canyon, une entreprise spécialiste de l'automatisation des processus de préparation et de validation de documents en amont de leur signature, afin de proposer une offre complète de gestion des documents contractuels aux PME et aux TPE européennes.
- Ce rachat représente en effet une association d'expertise en matière :
 - d'e-signature,
 - de gestion des contrats,
 - d'automatisation des workflows (ou flux opérationnels).
- Avec Canyon, Yousign envisage désormais de proposer une offre globale depuis la création des documents jusqu'à leur stockage, en passant par leur négociation et finalement, leur signature.
- Yousign profite de cette annonce pour préciser que son entreprise sert actuellement près de 8000 clients auxquels sera désormais proposé le logiciel "no-code" de Canyon, présenté comme intuitif et facile à configurer sans compétences techniques particulières.
- Canyon a été fondée en 2020 au sein du startup studio eFounders, également partenaire historique et investisseur de Yousign.
- Canyon cible les PME comptant jusqu'à 1 000 employés et est déjà utilisé par des start-ups de premier plan comme Aircall, Spendesk ou Le Wagon.

CHIFFRES CLES

- Yousign a enregistré une croissance de 70 % en 2021
- L'entreprise est passée de 60 à 130 employés en 2021
- Elle projette de servir 50 000 PME européennes d'ici 2024
- Elle ambitionne d'atteindre un revenu annuel récurrent d'au moins 70 millions d'euros

ENJEUX

- Valoriser ses nouveaux fonds : Yousign réalisait une levée de fonds de 30 millions d'euros en Série A il y a 7 mois. Ce rachat est notamment financé par ce tour de table et permet ainsi directement de soutenir la stratégie d'expansion de Yousign.
- Compléter son dispositif : Plus que la signature électronique, c'est désormais sur une activité plus large que Yousign cherche à se positionner. La société espère ainsi, grâce à Canyon, devenir un leader européen de la gestion optimisée des documents contractuels des entreprises.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché de la signature électronique connaît une accélération rapide boostée notamment par la transformation numérique accélérée des entreprises dans le contexte de pandémie. Le marché de la gestion des contrats est quant à lui estimé à plus de 20 milliards d'euros en Europe.
- Yousign n'est d'ailleurs pas le seul acteur à vouloir tirer parti de ce dynamisme. Si son ambition concerne le marché européen, le groupe devra aussi compter sur le positionnement de Docaposte (qui vient de racheter Idemia).
- Aux Etats-Unis, les objectifs des acteurs du secteur se sont aussi renforcés. MasterCard et Adobe se sont par exemple engagés, en fin d'année dernière, à transformer les signatures électroniques en paiement.

Source : [Communiqué de presse](#)

