



Les faits marquants du mois

Encaissement – Le Soft POS gagne du terrain

- ETATS-UNIS – Apple officialise son service Tap to Pay sur iPhone
- FRANCE – Market Pay ajoute le paiement par lien à sa solution Soft Pos
- FRANCE – Avec Lyra, l'encaissement mobile a aussi droit à son application française

L'annonce qui a marqué ce mois-ci, c'est celle d'Apple qui dévoile une nouvelle brique de sa stratégie de déploiement dans les services financiers. Ici avec son service d'acceptation de paiement mobile directement depuis l'iPhone baptisée Tap to Pay. Cette nouvelle stratégie matérialise la stratégie d'Apple autour de l'Apple Wallet qui pourra bientôt également supporter la carte d'identité et le permis des citoyens américains ou encore le pass navigo en France. L'une des différences notables étant que Apple a cette fois décidé de jouer la carte de l'ouverture. Alors, que la marque à la pomme aurait pu créer un système propriétaire qui aurait disqualifié les acteurs de l'encaissement, il se tourne vers des partenariats comme Stripe pour réaliser l'acceptation. Cette nouvelle perspective risque de donner un nouvel élan à la technologie Soft POS en lui ouvrant l'accès à l'univers iOS. Market Pay, qui avec Paywish, avait pris une certaine avance, enrichit aujourd'hui sa solution avec des liens de paiement et intégrera de nouveaux services comme le remboursement, la prise de caution et envisage un enrichissement avec une solution de BNPL. De son côté Lyra, la start-up toulousaine, spécialisée dans l'encaissement mobile, a annoncé le lancement de Payzen, une application qui permet le partage des liens de paiement via mail, QR Code, url, SMS ou réseau social et accepte plus de 150 moyens de paiement.

Paiement de compte à compte – Plus sûrs, moins chers

- INTERNATIONAL – GoCardless passe dans le camp des Licornes
- ROYAUME-UNI – Bank of America et la startup Banked lancent le service "Pay by Bank"
- ROYAUME-UNI – TSB accélère le paiement des entreprises grâce au Request-to-Pay

Avec les liens de paiement, le paiement de compte à compte est l'autre grande innovation en matière de paiement. En effet, même si le virement existe depuis bien longtemps, la simplification qu'apporte l'open banking et la fluidité des processus que proposent les acteurs de la FinTech en font une alternative crédible et moins onéreuse que le paiement par carte. L'arrivée progressive de cette nouvelle tendance consacre les acteurs comme GoCardless qui en a fait son cœur de métier avec l'automatisation des paiements récurrents. GoCardless qui, grâce à une nouvelle levée de fonds de 300m auprès de Permira et BlackRock, atteint une valorisation de 2.1bn de \$. GoCardless a lancé Instant Bank Pay, une nouvelle façon de collecter des paiements uniques de banque à banque en utilisant l'open banking. Klarna a récemment choisi GoCardless pour offrir des paiements par débit bancaire à ses plus de 21 millions de clients aux États-Unis. Et, PayPal et GoCardless ont signé un accord stratégique qui permettra à GoCardless de devenir un partenaire pour le prélèvement automatique. De son côté Bank of America s'appuiera sur la startup Banked pour offrir son service « Pay by Bank » au Royaume-Uni et TSB a lancé une nouvelle application baptisée Revenu, conçue pour aider les PME à recevoir des paiements plus rapidement et à gérer les finances de leur entreprise. La technologie bancaire, développée par BankiFi, permet aux clients professionnels de TSB de percevoir les paiements des consommateurs à partir de demandes envoyées par SMS, WhatsApp, e-mail et QR codes.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES	4
La FinTech Destream lance une carte pour influenceurs	4
Upgrade fait rimer cashback avec anti-inflation	6
SERVICES MOBILES	8
De nouveaux fonds et de nouvelles ambitions pour Vivid Money	8
PAIEMENTS B2B	11
TRANSFERTS DE FONDS	13
Flutterwave triple sa valorisation	13
E-COMMERCE, E-PAYMENT	15
SumUp s'offre un partenaire de taille en signant avec PrestaShop	15
TPE, ENCAISSEMENT, MPOS	18
Apple officialise son service Tap to Pay sur iPhone	18
Avec Lyra, l'encaissement mobile a aussi droit à son application française	20
Market Pay ajoute le paiement par lien à sa solution Soft Pos	22
TITRES SPECIAUX DE PAIEMENT	24
Après le chèque restaurant, le chèque télétravail	24
VIREMENTS / INITIATION DE PAIEMENT	26
TSB simplifie le paiement pour les SMB	26
Bank of America et la startup Banked lancent le service "Pay by Bank"	28
Luko choisi GoCardless comme solution de paiement automatisée	30
STRATEGIE D'ACTEURS	33
Retour d'expérience : Lemon Way fait état de sa forte croissance	33
GoCardless passe dans le camp des Licornes	35
Retour d'expérience : PayPal subit une correction boursière	37
MasterCard élargit le spectre de ses activités de conseil	39
Retour d'expérience : N26 dévoile ses résultats 2020	41
Retour d'expérience : N26 dévoile ses résultats 2020	43
CRYPTOMONNAIES ET MDBC	45
La Blockchain Solana facilite les paiements en crypto-monnaies	45
Prime XBT lance ses cours sur la crypto	47
Alpha Roméo présente un nouveau véhicule, adossé à un NFT	49

En bref

Stratégie d'acteurs

ROYAUME-UNI – La néo-banque britannique Atom Bank affichait, en août 2021, des pertes d'exploitation importantes, s'élevant à 36 millions de livres sterling. Elle précisait alors vouloir lever de nouveaux fonds pour soutenir son activité à moyen terme. C'est aujourd'hui chose faite, notamment auprès de BBVA qui confirme son intérêt pour les néo-banques. Atom Bank revient aujourd'hui avec de meilleures nouvelles que lors de la publication de ces derniers résultats. La néo-banque britannique souligne en effet qu'au cours de 2021, le total des dépôts des clients a augmenté de 16 % pour atteindre 2,5 milliards de livres sterling. Atom a par ailleurs dépassé 3 milliards de livres sterling de prêts hypothécaires en 2021. Atom Bank précise pour finir avoir réalisé son premier bénéfice d'exploitation mensuel au cours du deuxième trimestre 2021. Ces bons résultats lui auront notamment permis de susciter à nouveau l'intérêt des investisseurs. Atom Bank vient en effet de lever plus de 75 millions de livres sterling. Ce tour de table a notamment été mené par BBVA qui vient par ailleurs d'investir en dehors de l'Europe, auprès de Neon.

FRANCE – La SNCF se préparerait à proposer un nouveau service de paiement fractionné à ses clients, afin de leur permettre de régler leurs billets de train en plusieurs fois. L'information est encore à prendre au conditionnel mais le groupe précise d'ores et déjà réfléchir à la mise en place d'une telle solution. Le groupe SNCF définirait actuellement les grandes lignes de son cahier des charges pour proposer son futur service de paiement fractionné. Les acteurs du secteur seraient consultés afin de permettre au groupe ferroviaire de choisir un partenaire, dans les prochaines semaines. Le service ne devrait néanmoins pas être proposé avant la fin de l'année. La cible ? Principalement les familles pour lesquelles le montant des voyages à plusieurs s'avère le plus souvent élevé. Le lancement d'une telle offre permettrait à la SNCF de suivre d'autres acteurs du secteur du voyage sur le terrain du BNPL : Lidl Voyages et Air France (avec Oney) ou encore CDiscount Voyages (avec Floa).

FRANCE – Alors que les iPhones permettaient déjà de recharger un pass Navigo depuis 2021, ils ne permettaient pas à leurs utilisateurs d'utiliser leur téléphone pour stocker leur ticket et passer les portiques du réseau Île-de-France Mobilités. Ce service, qui avait été confirmé en approche sur les smartphones Android, sera finalement aussi ouvert aux iPhones. Valider son titre de transport avec un iPhone sera donc finalement possible au sein du réseau de transports en commun de la région parisienne. L'Île-de-France Mobilités est arrivée à un accord avec Apple, après plus de 2 ans de discussions, pour utiliser les smartphones et montres connectées de la firme américaine comme un support de ses titres de transports franciliens. Plus que la validation des titres, c'est un parcours d'achat complet qui sera proposé aux utilisateurs d'iPhone au sein même de leur wallet Apple. L'application native permettra à ses utilisateurs de créer un pass Navigo pour gérer leurs achats de titres à l'unité ou leur abonnement. La validation aux portiques se fera grâce à la puce NFC des appareils, sans avoir besoin de valider l'opération avec Touch ID ou Face ID — c'est ce qu'Apple appelle le mode Express. L'autorité régionale des transports de l'Île-de-France précise néanmoins que ce service, pratique pour les utilisateurs d'iPhone, ne leur sera ouvert qu'en 2023, alors qu'il devrait être disponible pour tous les utilisateurs de smartphones sous Android d'ici cet été. Le contrat conclu entre IDFM et Apple, qui vaut pour cinq ans, comprend une enveloppe de 5 millions d'euros dédiée au développement de ces nouveaux services. La pierre d'achoppement était jusque-là les conditions financières du partenariat.

Cartes

La FinTech Destream lance une carte pour influenceurs

Carte – International – 02/02/2022

La montée en puissance des influenceurs a participé à la création de nouveaux marchés, y compris en matière de paiement. Dans la continuité de leur rémunération directe sur les réseaux sociaux, la FinTech Destream a pour sa part fait le choix de leur fournir une carte de paiement adaptée à leurs besoins.

LES FAITS

- La FinTech Destream, spécialiste des services financiers alternatifs à destination des influenceurs, a donc présenté sa nouvelle offre, prenant la forme d'une carte de paiement affinitaire.
- Sa cible : les streamers, blogueurs et plus globalement, les créateurs de contenus.
- La carte Destream est ainsi présentée comme une carte de débit devant permettre aux influenceurs en ligne de profiter plus facilement de leurs revenus. La carte est ainsi rattachée à un compte Destream sur lequel les influenceurs peuvent recevoir leurs dons et revenus générés sur les plate-formes. Toutes les devises sont acceptées.
- Parmi les fonctionnalités de la carte :
 - une application mobile dédiée (pour suivre ses revenus et dépenses),
 - une utilisation possible partout dans le monde,
 - zéro frais,
 - un usage possible pour les achats dans les commerces physiques ou en ligne,
 - des retraits à n'importe quel guichet,
 - un cashback pouvant aller jusqu'à 30 %.
- Les cartes Destream seront délivrées aux seuls clients enregistrés auprès de la FinTech. Elles sont ouvertes à la précommande sur un [site dédié](#) mais seront effectivement disponibles à partir du troisième trimestre 2022.
- Un système de parrainage a par ailleurs été mis en place pour promouvoir cette nouvelle offre (5 euros étant reversés par parrainage).

ENJEUX

- **Nouvelle rémunération, nouveau service de paiement** : Destream souligne les possibles ruptures existantes entre les nouveaux modes de rémunérations des influenceurs, les moyens de paiements et la finance traditionnelle (transactions bloquées, demandes de justificatifs de revenus, frais...). La FinTech fait ainsi valoir sa capacité à présenter une carte de débit pratique et un modèle plus réactif et adapté aux besoins des influenceurs.
- **De la rémunération au paiement** : Les réseaux sociaux ont un objectif majeur à tenir : celui d'attirer et de garder captifs des influenceurs capables de faire vivre leurs plate-formes. Et pour cela, leur

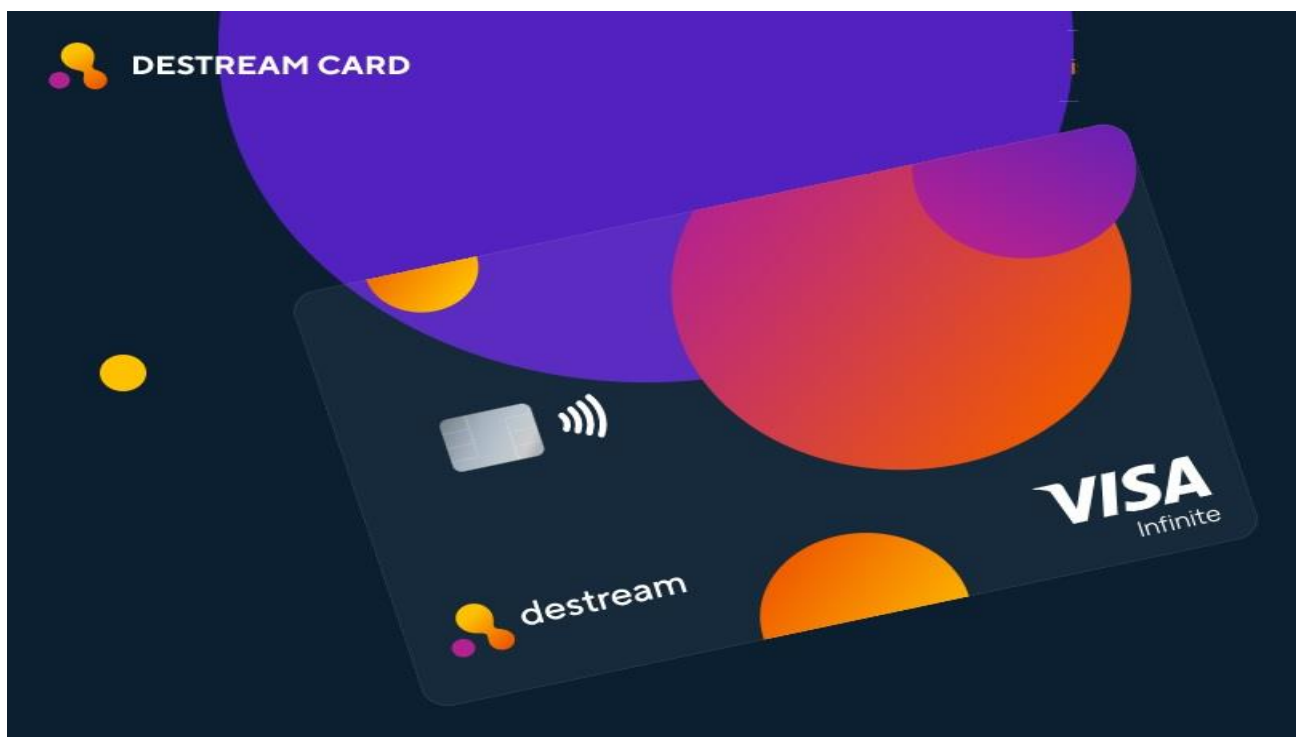
rémunération s'est imposée comme une clé d'attractivité. Les grands réseaux sociaux ont ainsi déployé leurs initiatives, au travers les [Tip Jar](#) et [Super Follows](#) de Twitter, le système de [Clubhouse](#), ou le dispositif plus récent de [Spotify](#) avec Stripe.

- **Un nouveau lien entre monde virtuel et réel** : Tout comme les [cartes de paiement](#) permettant de payer en crypto-monnaie, la carte Destream s'engage à faire le lien entre les revenus issus d'un univers virtuel et l'économie réelle.

MISE EN PERSPECTIVE

- La nouvelle carte de Destream est lancée pour répondre à un besoin mal desservi, celui des influenceurs. Toujours plus nombreux, ces nouveaux entrepreneurs représentent une nouvelle cible haut de gamme potentielle pour les acteurs alternatifs des services financiers. Selon [Indeed](#), un influenceur professionnel gagne en moyenne plus de 37 000 dollars par an.
- Destream signe une innovation sur un marché encore considéré comme un marché de niche. Mais pas une première mondiale. Aux Etats-Unis, la start-up Karat présentait en effet une carte de crédit entièrement dédiée aux influenceurs en 2020.

Source : [Communiqué de presse](#)



Upgrade fait rimer cashback avec anti-inflation

Cash-back – Etats-Unis – 04/02/2022

La plate-forme américaine dédiée aux crédits à la consommation [Upgrade](#) vient de présenter son nouveau programme de cashback baptisé Upgrade Shopping. Présenté comme un service à valeur ajoutée pour les consommateurs, il est aussi mis en avant comme un moyen de contrer les répercussions de l'inflation.

LES FAITS

- [Upgrade](#) est une Fintech créée par Renaud Laplanche, ex-CEO de Lending Club, qui voulait déjà démocratiser l'investissement. Elle s'est imposée sur le marché de la FinTech grâce à ses produits de crédit à la consommation, de m-banking et de paiement.
- Aujourd'hui, la Licorne enrichit encore son éventail de services avec une offre de cashback boostée visant à contrer les effets de l'inflation.
- Baptisée Upgrade Shopping, cette offre promet en effet jusqu'à 10 % de remise immédiate sur les achats réalisés avec la carte Upgrade auprès de plus de 20 000 marchands, parmi lesquels H&M ou Adidas par exemple. Les magasins physiques ou en ligne sont concernés.
- La carte Upgrade permettait déjà de bénéficier d'une offre de cashback (de 2,2 % en moyenne), à laquelle s'ajoute aujourd'hui Upgrade Shopping.
- Upgrade Shopping a été développé en partenariat avec [Cardlytics](#).

ENJEUX

- **Un gage de réactivité** : 82 % des consommateurs américains, pessimistes à propos de l'économie, citent l'inflation comme représentant la première cause de leur inquiétude. Upgrade présente justement Upgrade Shopping comme une réponse directe à ces inquiétudes.
- **Un nouveau rôle pour le cashback** : Si le service d'Upgrade n'est pas révolutionnaire sur le marché des offres de cashback, il est présenté dans le cadre d'une campagne de communication pertinente. La conjoncture économique pèse sur le pouvoir d'achat des consommateurs et Upgrade entend se poser comme un partenaire capable d'aider au maintien du niveau de vie des ménages.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2021, la hausse des prix aux Etats-Unis n'avait pas été aussi élevée que depuis 1982, comme l'indiquait récemment John Williams, président de la Fed de New York. L'inflation a ainsi atteint 7 %, devenant le premier sujet politique du pays. Et les avis des experts se contredisent, laissant un flou sur la situation à venir.
- Selon les dernières prévisions de la BCE datant de décembre 2021, l'inflation sera de 3,2% sur l'ensemble de l'année 2022 dans la zone euro. Il est actuellement de 5 %, porté notamment par les prix élevés de l'énergie. La problématique est mondiale et la proposition marketing d'Upgrade d'autant plus pertinente.

- Upgrade surfe en effet sur la conjoncture économique pour valoriser son positionnement en tant qu'acteur réactif, partenaire de la consommation des ménages et FinTech du crédit à la croissance la plus rapide des Etats-Unis, selon un spécialiste [Nilson Report](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



upgrade

Services mobiles

De nouveaux fonds et de nouvelles ambitions pour Vivid Money

Super app – Europe – 09/02/2022

La FinTech berlinoise [Vivid Money](#) vient de réaliser une levée de fonds d'ampleur, à hauteur de 100 millions d'euros. Cette Série C doit lui permettre de consolider son positionnement en Europe, alors que la FinTech défend aujourd'hui une couverture [internationale](#) du marché. Et pour s'imposer face à la concurrence, elle mise aussi sur un autre argument très en vogue : celui de la super-app.

LES FAITS

- Vivid Money porte une offre de base relativement classique comprenant :
 - un compte bancaire gratuit accessible en ligne ou depuis l'application mobile
 - une carte Visa
 - un service d'épargne
- ... enrichi par d'autres services plus originaux :
 - un service d'investissement
 - les Vivi Money Pockets, des sous-comptes dotés de leur propre IBAN
 - du cash-back (jusqu'à 150 euros par mois)
- Déjà engagée dans la diversification par rapport à ses concurrents (sur le thème de l'épargne et de l'investissement en particulier), Vivid Money [annonçait](#) en début d'année vouloir proposer une marketplace complète de services, y compris non financiers.
- Or, depuis la présentation de Vivid Services et son [lien](#) avec Booking et Rentalcars, aucun n'autre service n'avait pourtant été ajouté à la plate-forme. La nouvelle levée de fonds de Vivid Money devrait justement lui permettre de muscler son projet de super-app.
- Vivid Money vient en effet de lever 100 millions d'euros en Série C auprès de Greenoaks Capital avec la participation de Ribbit Capital et de SoftBank's Vision Fund 2.
- Outre sa super-app, la FinTech précise par ailleurs que ses investissements lui permettront d'enrichir ses offres bancaires et d'investissement et de créer une communauté plus soudée autour de son programme pédagogique et d'amélioration des finances personnelles.
- La valorisation de l'entreprise atteint désormais 775 millions d'euros.

ENJEUX

- **Un développement tous azimuts** : L'année 2021 aura été particulièrement riche pour Vivid Money qui [s'ouvrait](#) aux crypto-monnaies en avril en lançant un service d'investissement avant de se [lancer](#) dans l'Open Banking en s'appuyant sur les API de Yapily en juin dernier (pour faciliter les transferts d'argent de ses clients). Sa nouvelle levée de fonds suit par ailleurs sa [Série B](#) réalisée en avril dernier

pour 60 millions d'euros. Vivid Money prévoit de lancer ses premières offres d'assurance et de crédit prochainement.

- **Une croissance accélérée** : Lancé en septembre 2020, le modèle de Vivid Money semble couronné de succès alors que la FinTech enregistre une multiplication par 5 du nombre d'utilisateurs pour ses services depuis le mois d'avril dernier. Son portefeuille clients a ainsi passé le cap des 500 000 clients en Europe. La FinTech annonce par ailleurs avoir multiplié ses revenus par 25 sans pour autant en préciser le montant.
- **Une internationalisation galopante** : Très jeune sur le marché, Vivid Money défend une stratégie d'expansion européenne accélérée. Elle couvre aujourd'hui l'Allemagne, la France, l'Espagne et l'Italie mais précise vouloir conquérir 5 nouveaux marchés en 2022 et couvrir toute l'Europe d'ici fin 2023.

MISE EN PERSPECTIVE

- Outre son expansion géographique, Vivid Money fait le pari du modèle de la super-app, la tendance à suivre sur 2022.
- Archétype du décloisonnement de la concurrence, la super-app représente aujourd'hui une promesse majeure que devront pouvoir porter les établissements financiers pour conserver un lien direct avec leurs clients.
- Car outre les FinTech, les super-app sont aussi déployées par les BigTech. L'Asie sert d'ailleurs de territoire de démonstration à cette tendance soutenue par les initiatives de [Tata Digital](#), [WeChat](#) ou encore [GoTo](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

vivid



Paiements B2B

QuickBooks se lance dans l'avance de trésorerie et de salaires

Crédit – Etats-Unis – 03/02/2022

Créé en 2017, [QuickBooks](#) est un logiciel de comptabilité et de facturation édité par la société américaine [Intuit](#). Cette nouvelle génération d'acteurs de la comptabilité digitale font aujourd'hui disparaître la frontière avec le monde bancaire tant ces activités sont imbriquées. Quickbooks franchit le pas en proposant deux nouvelles offres de crédit à ses clients parmi les plus en vogue chez les néobanques.

LES FAITS

- QuickBooks propose désormais deux nouveaux services :
 - **QuickBooks Get Payed Upfront**, qui permettra aux petites entreprises éligibles d'accéder à des avances de trésorerie pour se faire pré-payer des factures en attente, dans la limite de 30 000 dollars. Des frais fixes de 3 % sont appliqués par facture financée. Aucun intérêt n'est appliqué sur les remboursements intervenant dans les 30 jours. Les fonds sont disponibles en 30 minutes grâce à une connexion de QuickBooks avec le compte bancaire de ses clients.
 - **QuickBooks Early Pay**, qui permettra aux employés des petites entreprises clientes de QuickBooks d'accéder à des avances sur salaire dans les 1 à 2 jours ouvrables. Les paiements anticipés sont enregistrés en ligne de paie dans le logiciel QuickBooks, sans frais supplémentaire pour les employeurs.

CHIFFRES-CLES

- QuickBooks a traité 91 milliards de dollars en volume de paiements en 2021
- 1,5 milliard de dollars de factures sont créées dans QuickBooks chaque année
- QuickBooks Capital a facilité plus d'un milliard de dollars de prêts aux petites entreprises depuis 2017

ENJEUX

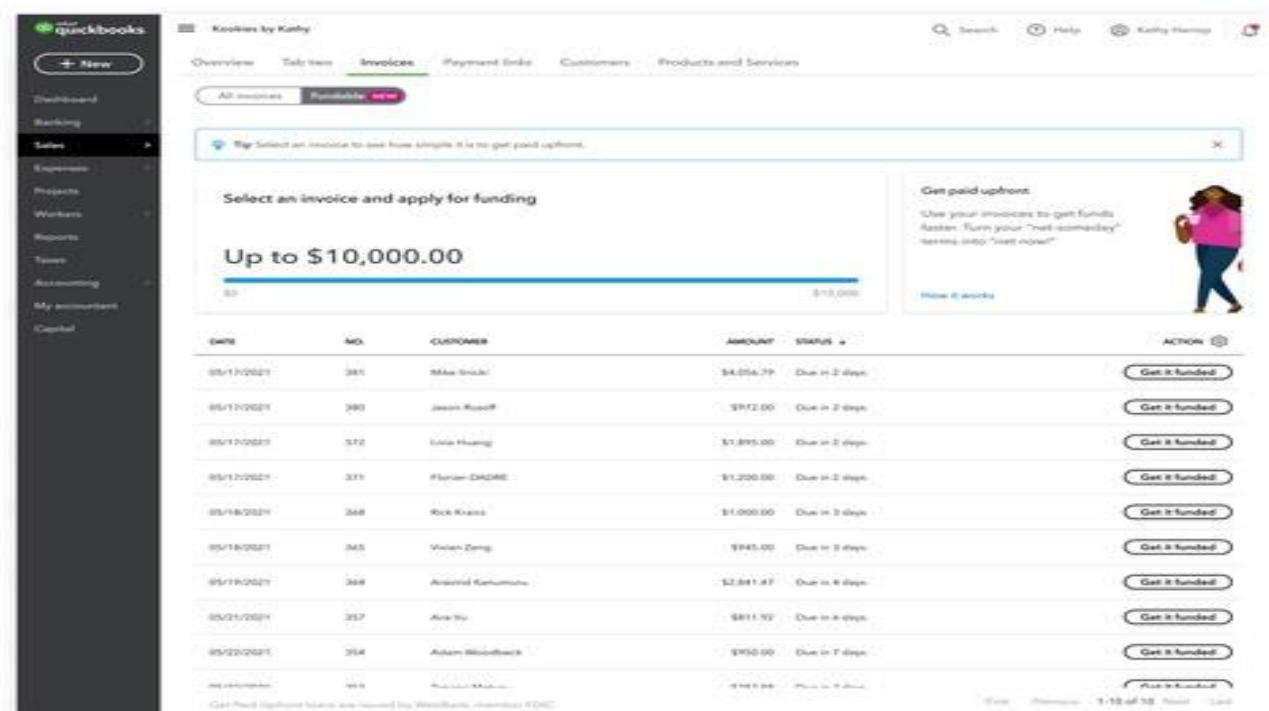
- **Booster son offre** : En tant que prestataire de services BtoB, QuickBooks doit compléter son offre régulièrement afin de justifier de son rôle de partenaire des entreprises. Outre le crédit, avec son service d'avance de trésorerie, QuickBooks aide ses clients à doper leur politique RH et apporte une valeur ajoutée à son accompagnement.
- **Pallier un problème insoluble** : Selon Intuit, les petites entreprises attendent en moyenne 29 jours pour être payées et 64 % d'entre elles ont des factures impayées après 60 jours. Cette réalité justifie le lancement de QuickBooks Get Payed Upfront. Et pour légitimer l'existence de QuickBooks Early Pay, Intuit avance le fait que près de 40 % des Américains déclarent qu'ils auraient du mal à payer une dépense d'urgence inattendue de 400 \$.
- **Un acteur de la banque ouverte** : Le lancement du nouveau service de QuickBooks participe à la construction de son modèle de plus en plus abouti de services financiers ouverts, à cheval entre les

fonctions administratives, comptables et bancaires. L'histoire de QuickBooks a d'ailleurs été marquée par le lancement de plusieurs initiatives en ce sens, touchant au [crédit](#) ou plus récemment au [paiement](#).

MISE EN PERSPECTIVE

- Le financement des entreprises est la grande tendance fintech du moment. De nombreuses fintech se lancent sur des processus automatisés pour aider les entreprises surtout les petites à débloquer des financements ou des paiements plus rapidement, comme la française [Defacto](#) ou encore la jeune pousse allemande [Topi](#).
- Les [avances sur salaire](#) sont également une nouvelle offre très en vogue dans les services financiers. Au point que certaines néobanques en font un argument marketing pour développer leur attraction.
- La tendance à l'intégration des activités bancaires et de la comptabilité pour les professionnels s'est renforcée ces dernières années. QuickBooks y participe, avec d'autres acteurs pionniers tels que Qonto qui [concrétisait](#) ses ambitions en matière d'Open Banking dès 2020 en développant ses API de connexion avec des logiciels de comptabilité ou [Fintecture qui s'est associé à Pennylane](#) pour simplifier le paiement des factures.

Source : [Communiqué de presse](#)



Transferts de fonds

Flutterwave triple sa valorisation

Transferts de fonds – Afrique – 21/02/2022

La FinTech africaine [Flutterwave](#) vient de nouveau de marquer l'actualité. Elle a en effet réalisé une [nouvelle](#) levée de fonds d'ampleur, à hauteur de 250 millions de dollars en Série D. Elle voit sa valorisation tripler et s'impose comme une référence incontournable du paiement en Afrique, et dans le monde.

LES FAITS

- Flutterwave vient donc de réaliser une nouvelle levée de fonds en Série D, pour un montant de 250 millions de dollars.
- La société de capital-risque du co-fondateur de Facebook (Eduardo Saverin), B Capital Group, Tiger Global et le fonds spéculatif américain Whale Rock Capital Management font partis des investisseurs mobilisés dans le cadre de ce nouveau tour de table.
- La valorisation de Flutterwave atteint 3 milliards de dollars ; Flutterwave s'impose ainsi comme la FinTech la mieux valorisée d'Afrique.
- Pour rappel, Flutterwave est spécialisée dans les transferts de fonds et propose un service 100% mobile pertinent pour combler les besoins d'une population mal desservie en matière de services financiers. Elle cible les particuliers et les professionnels.
- Elle a étendu ses services au fil du temps, proposant aussi une marketplace aux commerçants.

EN CHIFFRES

- 2016 : création
- 3 milliards de dollars de valorisation
- plus de 200 millions de transactions traitées, représentant plus de 16 milliards de dollars
- plus de 900 000 entreprises clientes
- 34 pays d'Afrique couverts

ENJEUX

- **Développer de nouvelles offres** : Flutterwave précise que cette nouvelle levée de fonds doit avant tout lui permettre d'enrichir sa gamme de service. Une partie de ses financements serviront en effet à sa R&D et à la conception de nouveaux produits.
- **S'étendre à l'international** : Outre l'Afrique, Flutterwave entend par ailleurs miser sur les fusions et acquisitions pour s'étendre et conquérir de nouveaux marchés. Ses nouvelles ressources devront ainsi l'aider à assurer son expansion à l'échelle mondiale. Le Moyen-Orient et l'Amérique du Sud seraient les premières zones ciblées ; les Etats-Unis, le Royaume-Uni et l'Europe représentent des cibles secondaires.

MISE EN PERSPECTIVE

- Flutterwave s'est peu à peu imposée comme une société de technologie financière incontournable en Afrique. Fondée en 2016 au Nigéria, la société est néanmoins basée à San Fransisco et profite ainsi d'un positionnement international.
- Flutterwave avait notamment parachévé son modèle en signant avec des partenaires de renom tels que [Visa et Worldpay](#), puis avec [Uber](#) par exemple.
- C'est en mars 2021 que Flutterwave devenait une licorne en réalisant une levée de fonds de 170 millions de dollars en Série C auprès de Tiger Global et Avenir. Sa croissance semble aujourd'hui exponentielle.

Source : [Bloomberg](#)



E-commerce, E-Payment

SumUp s'offre un partenaire de taille en signant avec PrestaShop

E-commerce – Royaume-Uni – 08/02/2022

La FinTech d'origine britannique [SumUp](#), spécialisée dans l'encaissement mobile à destination des petits professionnels, s'est diversifiée au fil du temps pour s'imposer, aussi, comme un acteur de référence de [l'encaissement en ligne](#). Elle gagne aujourd'hui un nouveau partenaire capable de consolider son positionnement, [PrestaShop](#). Ce partenariat commercial démontre à nouveau les opportunités d'association entre acteurs du commerce physique et du commerce en ligne. Une réalité rappelée par les taux de croissance exceptionnels du marché de l'e-commerce en ce début d'année 2022.

LES FAITS

- Les partenaires lancent ensemble un [module](#) de paiement permettant aux centaines de milliers de marchands européens opérant sur la plate-forme de PrestaShop d'accéder à la boîte à outils de SumUp.
- L'offre repose sur les promesses suivantes :
 - une interface utilisateur digne de confiance et dont le design se veut attrayant,
 - une inscription rapide et transparente,
 - une configuration facile,
 - pas de frais cachés,
 - des paiements sûrs et fiables,
 - des taux de rétrofacturation réduits grâce à 3D-Secure.
- Pour les commerçants opérant sur PrestaShop mais aussi dans le monde physique, et qui disposaient déjà d'un compte SumUp, une connexion directe vers leur compte SumUp depuis leur plate-forme PrestaShop est possible.

ENJEUX

- **Une solution clé en main pour les commerçants** : Les marchands opérant sur PrestaShop disposent désormais d'une solution clé en main complète pour accepter les paiements, en ligne et dans le monde physique. Le nouveau module de paiement SumUp conçu par PrestaShop synchronise par ailleurs l'ensemble de leurs données d'encaissement et leur historique de transactions.
- **Des opportunités de développement croisées** : par ce partenariat, SumUp progresse encore sur le segment de l'e-commerce, qui n'était pas son marché d'origine et bénéficiera pour ce faire de l'expérience de PrestaShop. Pour sa part, PrestaShop étoffe son offre aux PME et autres petits professionnels, avec notamment des solutions d'encaissement dans le monde physique, mais aussi un compte, une carte professionnelle et d'autres solutions de facturation.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'enrichissement des offres d'e-commerce de SumUp représente un axe stratégique important pour la FinTech britannique. Déjà, en octobre dernier, SumUp [renforce](#) son service E-shop. Pour

rappel, SumUp [E-shop](#) propose une solution simplifiée de création de boutiques en ligne intégrant un outil de paiement.

- Aujourd'hui, la FinTech fait le choix de s'associer avec un géant sur le marché de la création de boutique en ligne ayant déjà atteint une taille critique. Elle multiplie donc les initiatives pour renforcer son offre e-commerce.

CHIFFRES-CLES

SumUp

- 3,5 millions de commerçants clients
- plus de 30 marchés couverts

PrestaShop

- 300 000 sites utilisent déjà son logiciel

Source : [Communiqué de presse](#)



The image shows a product listing for the 'Module Paiement SumUp' on the PrestaShop marketplace. On the left is a white square icon with the SumUp logo. To the right, the title 'Module Paiement SumUp' is displayed in large black font. Below the title, it says 'Développé par [PrestaShop Partners](#)'. There is an orange arrow-shaped badge that says 'Best seller'. At the bottom, a white rounded rectangle contains the text 'De V1.6.0.4 à V1.7.8.3'.

TPE, Encaissement, mPOS

Apple officialise son service Tap to Pay sur iPhone

Encaissement – Etats-Unis – 10/02/2022

[Apple](#) vient d'officialiser une rumeur qui se renforçait ces dernières semaines concernant le déploiement d'un service d'encaissement Soft POS sur les iPhones. Les commerçants américains pourront bientôt accepter des paiements [Apple Pay](#) et autres paiements sans contact directement sur leurs iPhones et tablettes supportant une application iOS compatible. Loin des spécialistes, le marché de l'encaissement Soft POS s'ouvre donc un peu plus aux géants du web.

LES FAITS

- Le nouveau service d'encaissement présenté par Apple a été baptisé Tap to Pay. Il permettra donc aux entreprises d'accepter de manière transparente et sécurisée Apple Pay, les cartes de crédit et de débit sans contact et d'autres portefeuilles numériques en s'appuyant simplement sur leur n'importe quel iPhone (à partir du XS) équipé d'une application dédiée.
- Du côté des commerçants, ces derniers pourront accéder à cette nouvelle fonctionnalité d'acceptation des paiements sans contact via une application iOS compatible.
- Apple a confirmé qu'il prendra en charge tous les paiements sans contact EMV, y compris Google Pay, de sorte que plus d'options deviennent disponibles, les dongles de lecteur de carte Square familiers pourraient commencer à disparaître.
- Parcours clients :
 - À la caisse, le commerçant invitera simplement ses clients à rapprocher de son iPhone leur support de paiement Apple Pay (iPhone ou Apple Watch), leur carte de crédit/débit sans contact ou tout autre portefeuille numérique.
 - Le paiement sera effectué en toute sécurité à l'aide de la technologie NFC.
- Tap to Pay sur iPhone sera par ailleurs déployé dans les magasins Apple Store aux États-Unis plus tard cette année.

ENJEUX

- **Poursuivre la diversification de son smartphone** : A force de mises à jour de son système d'exploitation et d'introductions de nouvelles technologies dans son terminal, l'iPhone s'est peu à peu transformé en support de services financiers ([wallet](#), [PFM](#)). L'ajout d'une fonctionnalité d'encaissement parachève cette stratégie de diversification pour le smartphone de la marque à la pomme.
- **Une stratégie d'alliance** : Avec Tap to Pay, Apple aurait pu concurrencer des entreprises comme Stripe ou Square sur leur propre terrain. Au contraire, l'entreprise a choisi de s'appuyer sur des partenariats pour intégrer Tap to Pay comme solution d'encaissement au sein même de leurs offres. [Stripe](#) compte ainsi comme le premier partenaire d'Apple ; [Shopify](#) rejoindra cette liste au printemps. Les conditions commerciales et financières de ces partenariats n'ont pas été précisées. Tap to Pay sur iPhone sera

disponible pour les plateformes de paiement et leurs partenaires développeurs sous la forme d'un kit de développement logiciel (SDK).

MISE EN PERSPECTIVE

- Apple Pay est déjà accepté chez plus de 90 % des détaillants américains.
- En 2020, Apple rachetait une start-up canadienne appelée [Mobeewave](#) pour 10 millions de dollars. Sa spécialité : créer un système logiciel qui transforme un smartphone compatible NFC en terminal de paiement sans contact. Le système était alors utilisé par Samsung depuis 2019.
- Le constructeur coréen a néanmoins réussi à prendre de l'avance sur son concurrent américain puisqu'il annonçait un partenariat avec [MarketPay](#) et Dejamobile en mai dernier pour accepter des paiements sur les smartphones ou tablettes Samsung compatibles NFC, et plus largement Android.

Source : [Communiqué de presse](#)



Avec Lyra, l'encaissement mobile a aussi droit à son application française

Encaissement – France – 16/02/2022

Fondée en 2001, la start-up toulousaine [Lyra](#) s'est spécialisée dans l'encaissement mobile et défend une approche multicanale pour ses services. Agréée [Etablissement de Paiement](#) en 2017, elle poursuit aujourd'hui la diversification de ses offres avec le lancement d'une solution dans l'ère du temps, prenant la forme d'une application d'encaissement. Plus qu'un simple soft POS, la solution est adaptée aux paiements en face-à-face ou à distance.

LES FAITS

- Baptisée Payzen, la nouvelle solution de Lyra est une application mobile téléchargeable gratuitement sur Google Play.
- Ses utilisateurs devront ensuite se soumettre à un abonnement pour utiliser le service et ses nombreuses fonctionnalités. Parmi elles :
 - la création de lien de paiement,
 - le partage des liens de paiement via mail, QR Code, url, SMS ou réseau social,
 - l'acceptation de plus de 150 moyens de paiement (cartes bancaires, wallet, cartes prépayés, Titres-Restaurant, Chèque Vacances connect, prélèvement bancaire avec signature de mandat électronique...),
 - la conversion dynamique de devises (e-dcc),
 - un service de suivi en temps réel de l'état des transactions (Envoyé, En cours, Payé, Annulé, Refus, Expiré).
- L'application est donc présentée comme un outil d'acceptation de paiement en direct et à distance, un système capable de gérer l'encaissement quel que soit le contexte d'achat.
- PayZen by Lyra profite des certifications PCI DSS et 3DS2.

CHIFFRES CLES

- 2001 : création de Lyra
- + de 20 milliards de paiements sécurisés et transmis en 2020 dans le monde
- + de 250 000 sites e-commerce dont 50 000 en France
- + de 4 000 000 de terminaux de paiement dans le monde
- 11 pays couverts (Algérie, Allemagne, Argentine, Brésil, Chili, Colombie, Espagne, Inde, Mexique, Pérou et Uruguay)

ENJEUX

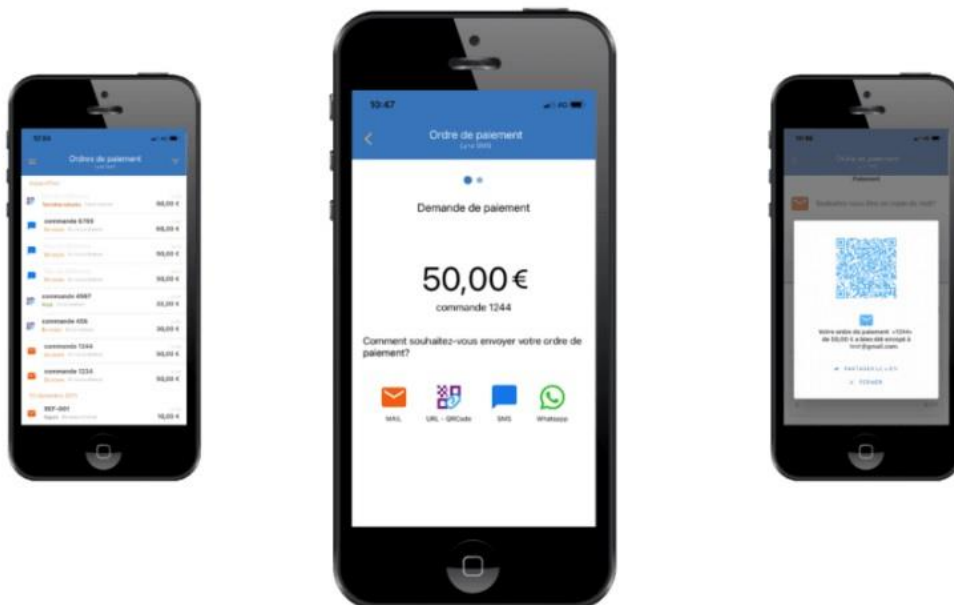
- **Une approche en adéquation avec les nouvelles habitudes** : Alors que la pandémie a participé à l'accélération de la transformation des habitudes de consommation, les expériences d'achat cross-canal se sont multipliées. Lyra surfe sur cette tendance pour justifier aujourd'hui, plus que jamais, de la pertinence de son approche.

- **Faciliter les encaissements en toute situation** : Lyra cible particulièrement les commerçants en situation de mobilité, les vendeurs à domicile mais aussi les artisans.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le sujet de l'encaissement mobile a été replacé sous le feu des projecteurs suite à l'annonce d'Apple concernant le lancement de son service [Tap to Pay](#). Les iPhones pourront ainsi se transformer en terminaux de paiement aux Etats-Unis.
- L'engouement autour de cette annonce est notamment lié à la marque Apple, toujours prompt à valoriser ses services dans le cadre de campagnes marketing retentissantes. Des solutions similaires existaient néanmoins déjà sous Android.
- Le lancement d'Apple dans la bataille représente finalement moins l'arrivée d'un nouveau concurrent, pour des acteurs comme Lyra, qu'un levier d'accélération de l'adoption de ces services. En revanche, cette démocratisation possible des solutions soft POS représente un risque concurrentiel important pour les acteurs historiques de l'encaissement.

Source : [Communiqué de presse](#)



Market Pay ajoute le paiement par lien à sa solution Soft Pos

Encaissement – France – 22/02/2022

Alors que l'actualité dans le domaine du paiement est riche de nouveaux arrivants, Market Pay pionnier des solutions d'encaissement Soft Pos apporte une nouvelle innovation pour simplifier le paiement mobile, avec les liens de paiement accessibles via QR codes. Cette nouvelle fonctionnalité permettra à Market Pay de garder une longueur d'avance et d'asseoir son statut de précurseur.

LES FAITS

- La startup Market Pay qui offre une solution omnicanale de paiement à destination des entreprises a [lancé en Juin dernier PayWish](#), sa solution d'acceptation Soft Pos disponible accessible depuis n'importe quel mobile sous Android.
- Au paiement sans contact s'ajoute désormais la méthode de paiement par lien.
- Parcours client :
 - Un lien est transmis au client par email ou scanné par ce dernier via un QR Code automatiquement généré sur le terminal mobile du commerçant.
 - Ce même lien redirige vers une page de paiement où le client peut choisir son moyen de paiement : carte bancaire ou virement simplifié.
- Toute la transaction s'effectue sur un seul terminal. Elle ne nécessite donc pas de matériel additionnel. PayWish facilite considérablement les expériences de vente en mobilité, que ce soit en point de vente ou à l'extérieur (livraison à domicile, vente nomade, VTC...)

ENJEUX

- **Simplifier l'encaissement en situation de mobilité** : Les expériences de vente en mobilité se démocratisent avec la multiplication des prises de commande en file d'attente, des pop-ups et corners de vente et un besoin renforcé d'optimiser la surface de vente, et cela en dehors du contexte sanitaire. Le taux de croissance annuel des systèmes d'encaissement mobiles est d'ailleurs évalué à +20% jusqu'en 2024.
- **Innover pour rester pertinent face à une concurrence vivace** : Outre de nouveaux moyens de paiement, les fonctionnalités de PayWish continuent à s'étoffer avec l'arrivée du remboursement et de la prise de caution. Ces méthodes de paiement vont progressivement s'enrichir avec de nouvelles options comme le BNPL (But Now Pay Later).

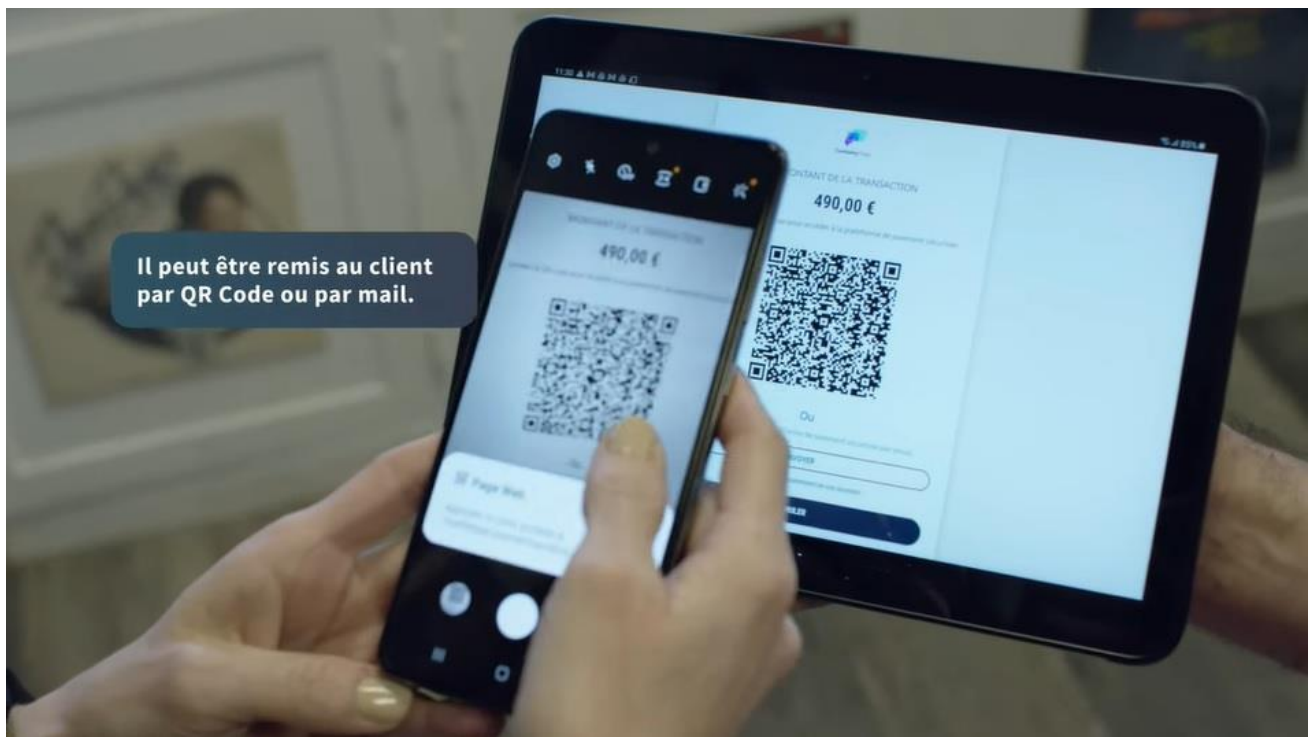
MISE EN PERSPECTIVE

- De nombreux acteurs (acteurs du paiement digital comme [Stripe](#) ou [Adyen](#), [géants de la tech](#) ou du [e-commerce](#)) entrent actuellement sur ce marché de l'encaissement, qui apparaît de plus en plus comme un moment crucial pour l'expérience utilisateur au niveau du paiement et aussi générateur de données essentielles, pour les marchands et pour les acteurs financiers, pour mieux comprendre les besoins de leurs clients.

- Pour servir ces clients bancaires et non-bancaires, Market Pay offre donc une expérience de paiement en situation de mobilité à la pointe de la modernité, le Soft Pos, intégrant les dernières fonctionnalités de paiement innovant.

[Vidéo](#)

Document : [Communiqué de presse](#)



Titres spéciaux de paiement

Après le chèque restaurant, le chèque télétravail

Ressources Humaines – France – 15/02/2022

Gérant d'espaces de coworking, d'une société de communication et créateur de solutions innovantes, Thierry Valdor est un entrepreneur à l'origine d'un tout nouveau service : le chèque télétravail. Comme son nom l'indique, il doit faciliter la vie des télétravailleurs, et représentent en ce sens, plus qu'un moyen de paiement, un nouvel avantage salarial et une réponse aux nouveaux besoins des entreprises.

LES FAITS

- Thierry Valdor vient donc de lancer des [chèques télétravail](#). Reprenant le modèle des tickets-restaurants, cette solution a pour principal objectif d'encourager les entreprises à payer des sessions de coworking à leurs salariés.
- Les chèques télétravail sont, dans la forme, des coupons prépayés distribués par les entreprises à leurs salariés en télétravail. Ces derniers pourront utiliser leurs coupons pour réserver et payer des espaces de coworking au sein d'un réseau d'affiliés, en scannant le QR Code apposé sur chaque chèque.
- Exemptés de reste à charge pour les salariés bénéficiaires, les chèques télétravail seront néanmoins soumis à une commission facturée aux entreprises émettrices.
- Les chèques télétravail sont actuellement en déploiement ; ils peuvent d'ores et déjà être utilisés par les salariés pour accéder à 16 espaces de coworking répartis sur le territoire français.

ENJEUX

- **Une solution face à une obligation légale** : L'Article 7 de l'accord national interprofessionnel de 2005 présenté par le ministère de l'Emploi, de la cohésion sociale et du logement oblige légalement l'employeur à prendre en charge les frais liés au télétravail de ses collaborateurs. C'est d'ailleurs sur cet article que le Chèque télétravail s'appuie pour légitimer son existence. D'autant plus, dans un contexte de démocratisation du télétravail.
- **Un changement de paradigme** : Selon une publication de l'INSEE sur l'économie et la société à l'heure du numérique, s'appuyant sur les chiffres de la Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques du ministère du Travail (DARES), on comptait seulement 3 % de télétravailleurs réguliers (pratiquant le télétravail au moins une fois par semaine) en 2017. Ils étaient alors 4 % à pratiquer le télétravail de manière occasionnelle. La pandémie a néanmoins profondément transformé les habitudes. La DARES comptait ainsi 25 % de salariés télétravailleurs en France en 2020, et estimait que la situation était relativement similaire un an après, soit au printemps 2021.
- **Un outil adapté dans le temps** : De très nombreuses entreprises ont finalement mis en place un accord sur le télétravail pour renouveler leur organisation post-crise, et inscrire le télétravail dans la durée.

MISE EN PERSPECTIVE

- Thierry Valdor adapte aujourd'hui le concept des titres-restaurant au télétravail et propose un service dans l'air du temps. La frontière entre ces deux univers n'a d'ailleurs jamais été très épaisse ; Sodexo s'intéressait déjà au [coworking](#) en 2017.
- Depuis, le télétravail s'est démocratisé avec la crise sanitaire et les services adaptés pour répondre aux nouveaux besoins liés à cette organisation du travail se multiplient. Quand Luko présentait ainsi une [assurance](#) des résidences secondaires incluant des services dédiés aux télétravailleurs, Nationwide [transformait](#) ses agences en espaces de coworking.

Source : [Linkedin](#)



Virements / Initiation de Paiement

TSB simplifie le paiement pour les SMB

Règlement des factures – Royaume-Uni – 23/02/2022

Revenu, la nouvelle application dédiée aux clients professionnels de TSB Bank leur permet de percevoir les paiements des clients à partir de demandes envoyées par SMS, WhatsApp, emails et QR codes.

LES FAITS

- TSB a lancé une nouvelle application baptisée Revenu, conçue pour aider les PME à recevoir des paiements plus rapidement et à gérer les finances de leur entreprise.
- La technologie bancaire, développée par BankiFi, permet aux clients professionnels de TSB de percevoir les paiements des consommateurs à partir de demandes envoyées par SMS, WhatsApp, e-mail et code QR.
- L'application utilise l'Open Banking pour accélérer le processus de facturation. La plateforme se connecte également aux logiciels de comptabilité existants dans le but de rationaliser la gestion des factures.

ENJEUX

- **Digitaliser les paiements pour les entreprises** : Avec la crise Covid, les petites et moyennes entreprises ont dû faire face à des difficultés d'approvisionnements, qui ont entraîné des retards de paiement. Cette situation a mis en lumière l'importance d'améliorer et de digitaliser les processus de paiements pour les entreprises. La solution numérique proposée par TSB a pour ambition de donner un coup de pouce vital aux flux de trésorerie, tout en dotant les clients d'outils de gestion d'entreprise essentiels.
- **Accélérer le processus de paiement** : Dans le cadre de son plan Do What Matters, TSB Bank va au-delà des exigences du "Voluntary Prompt Payment Code" édicté par le gouvernement britannique en payant 97 % de ses fournisseurs de PME en moyenne sept jours et 97 % de tous les fournisseurs en moyenne neuf jours.
- **Proposer une solution end-to-end en s'appuyant sur l'open banking** : L'application utilise une infrastructure bancaire ouverte et se connecte également à un logiciel de comptabilité existant pour rationaliser la gestion des factures.

MISE EN PERSPECTIVE

- En moyenne, les PME au Royaume-Uni doivent plus de 6 000 £ en retard de paiement. La Fédération des petites entreprises a également récemment signalé une augmentation des retards de paiement des factures au cours des trois derniers mois, ce qui signifie que plus de 400 000 PME pourraient être contraintes de fermer en 2022.
- L'application a été développée exclusivement pour TSB par Bankifi, qui a récemment obtenu un investissement de 500 000 £ de la Co-Operative Bank dans le cadre d'un accord de co-développement d'une application de demande de paiement (RTP), [Incomeing](#), permettant aux PME de gérer les factures, de lier leur logiciel de comptabilité et de recevoir des paiements.

Source : [Communiqué de presse](#)



Bank of America et la startup Banked lancent le service "Pay by Bank"

Virement – Etats-Unis – 24/02/2022

Dans le cadre de la révolution de l'Open Banking qui transforme le secteur bancaire depuis quelques années, Bank of America mise sur la startup Banked, qui vise à devenir le leader des méthodes de paiement alternatives en ligne.

LES FAITS

- Le 14 février, Bank of America a mené une levée de fonds d'un total de 20 millions de dollars dans cette fintech britannique.
- Bank of America a lancé en collaboration avec Banked son service « Pay by Bank » au Royaume-Uni.
- Cette nouvelle fonctionnalité a pour objectif de faciliter les achats en ligne en permettant aux utilisateurs de payer directement depuis leur compte bancaire (A2A : Account to Account Payment).
- Parcours client :
 - Au moment du paiement, le client est redirigé vers sa plateforme bancaire en ligne.
 - Il s'authentifie avec ses identifiants pour valider le paiement.
 - Une fois authentifié, le règlement est envoyé directement de la banque vers le compte de l'e-commerçant.

ENJEUX

- **Eviter de stocker des données clients** : il n'est plus nécessaire d'utiliser une carte bancaire à l'achat car il s'agit d'un simple paiement en ligne « de compte à compte » ; les e-commerçants ne récoltent ainsi pas les données des cartes de leurs clients.
- **Rationaliser le rapprochement des paiements** : les paiements entrants sont ajoutés aux créances du e-commerçant, qui peut ainsi tout visualiser en un seul endroit.
- **Simplifier, sécuriser et rentabiliser la connexion** : le système est facile à mettre en place en se connectant au système de trésorerie existant de l'entreprise à l'aide d'interfaces de programmation API. Ces connexions sont plus sécurisées car elles utilisent le réseau d'authentification de la banque du client et moins onéreuses car elles suppriment les frais de traitement des cartes.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le secteur des transactions en ligne est aujourd'hui en pleine croissance. Selon une étude récente d'Allied Market Research, le marché devrait atteindre 43 milliards de dollars d'ici 2026 rien qu'en Europe. Après le Royaume-Uni, Bank of America prévoit de déployer ses services « Pay by Bank » dans d'autres pays et régions.

Source : [Communiqué de presse](#)

Pay by Bank :

Securely from your banking app.

Bank of America
+ Banked : partner
to offer Pay by Bank :

ANNOUNCEMENT • 14 FEB 2022

Banked :

Luko choisi GoCardless comme solution de paiement automatisée

Virements – France – 25/02/2022

Luko a choisi GoCardless comme solution de paiement automatisée capable de s'intégrer à ses systèmes existants afin de réduire les coûts, le tout en favorisant l'efficacité globale des opérations et l'expérience client.

LES FAITS

- L'objectif premier du challenger est de fournir tous les services d'une compagnie d'assurance, mais à moindre coût et de façon entièrement numérique.
- Les paiements figurent parmi les coûts les plus élevés liés au service proposé aux clients.
- Les nouveaux clients de Luko règlent désormais un paiement unique initial par carte avant de mettre en place un mandat de prélèvement automatique via GoCardless pour leurs paiements récurrents ultérieurs.
- Les systèmes de Luko prennent le relais grâce à une connexion directe avec l'API GoCardless, qui permet d'automatiser les demandes de paiement, la mise à jour du statut des paiements, et la création de nouveaux mandats.

Une base de clients qui a doublé en l'espace d'un an seulement pour dépasser les 200 000 utilisateurs

Luko traite plus d'un million de paiements par an

ENJEUX

- **Réduire les coûts** : Pour faire face à la croissance de son activité, le coût élevé des paiements par carte devenait intenable, particulièrement en raison d'un processus très manuel et susceptible d'échouer en cas d'expiration de la carte ou de modification des informations du détenteur.
- **Réduire les échecs de paiement et les réclamations** : Deux fois moins d'échecs de paiement grâce à GoCardless. L'entreprise déclare avoir fait une économie de plus de 50 % sur les frais de rejets bancaires.
- **Se concentrer sur son cœur de métier** : Consacrer toute son énergie à ce qu'elle fait de mieux : transformer le marché de l'assurance. Luko a de grandes ambitions. Dans cette optique, elle a parfaitement compris l'avantage d'avoir des partenaires stratégiques à ses côtés.

MISE EN PERSPECTIVE

- La croissance déjà forte de l'AssurTech (Luko recrutait 100 000 nouveaux clients rien qu'en 2021) va être renforcée par [l'acquisition de l'acteur allemand Coya](#), lui permet de s'installer à la tête d'un portefeuille de près de 300 000 clients (220 000 clients Luko et 80 000 clients Coya). Des objectifs ont d'ores et déjà été fixés pour permettre au groupe de dépasser le cap du million de clients d'ici 2023.

- De son côté, GoCardless tisse sa toile chez les acteurs alternatifs, comme en témoigne son [partenariat récent avec Klarna](#), et accroît sa valorisation puisque la FinTech annonçait récemment [une nouvelle levée de fond](#) qui lui permettait de dépasser le milliard de valorisation.

Source : [Communiqué de presse](#)

The image shows a screenshot of the Luko website homepage. The background is a solid blue color. At the top left, the 'luko' logo is visible, followed by navigation links: 'Nos produits', 'Nos services', 'Giveback', and 'Nous contacter'. On the top right, there are links for 'Mon espace personnel' and 'Obtenir mon prix'. The main heading reads 'Luko, la néo-assurance habitation n°1 en France'. Below this, a sub-headline states: 'Exigez le meilleur pour votre foyer : une assurance simple, transparente, au juste prix.' There is a search bar with the text 'Où est situé votre bien ?' and a button labeled 'Obtenir mon prix'. Below the search bar, it says 'Excellent' with a 4-star rating and '1607 avis sur Trustpilot'. On the right side, there is a smartphone displaying the 'Assurance' app interface, which shows a house icon, a price of '12,10€ par mois', and various settings like 'Recouvrement rapide' and 'Dépendances'. The phone is placed on a stack of three blue books next to a blue vase containing a blue flower. At the bottom of the page, there are three key benefits: '2 jours pour avoir un artisan', '2x plus rapide pour être remboursé', and '2 minutes pour s'assurer'.

Stratégie d'acteurs

Retour d'expérience : Lemon Way fait état de sa forte croissance

Paielement – France – 07/02/2022

[Lemon Way](#), la FinTech française spécialisée dans le paiement sécurisé pour les places de marché, vient de présenter ses résultats. L'année 2021 aura à [nouveau](#) été marquée par une belle croissance de ses activités, portées notamment par la signature de nombreux partenariats.

LES FAITS

- Etablissement de paiement pan-européen, Lemon Way s'est imposé, au fil des années, comme leader sur le secteur des marketplaces. [La FinTech française](#) propose en effet une solution de paiement mobile et d'encaissement pour le compte de tiers. Et cette année 2021 a une nouvelle fois été marquée par la pertinence de sa stratégie et de son positionnement.
- La FinTech fait en effet état d'une croissance de 76 % de ses volumes de transactions, soient 5,5 milliards d'euros de paiements, contre 900 millions d'euros seulement en 2016.
- Lemon Way a vu ses revenus augmenter par la même occasion de 65 %, elle peut désormais compter sur un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros.
- 100 nouveaux clients sont venus enrichir le portefeuille de la FinTech, parmi lesquels Décathlon, Bricks.co et Funding Circle.
- Lemon Way a finalement dû recruter, créant 70 nouveaux postes et passant d'un effectif de 90 personnes à plus de 160 en 2021.
- Installée en France, mais aussi au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne et en Allemagne, Lemon Way réalise 40% de son chiffre d'affaires hors de l'hexagone. Elle sert aujourd'hui des places de marché dans 21 pays européens.

ENJEUX

- **Optimiser encore ses services** : Lemon Way profite de cette dynamique pour poursuivre ses investissements. Elle identifie le KYC comme un objectif d'amélioration et investit ainsi 5 millions d'euros dans le développement d'un nouvel outil d'identification et de lutte contre la fraude.
- **En route vers la finance de demain** : Les perspectives d'évolution de la FinTech sont aujourd'hui tournées en priorité vers ce que ses dirigeants identifient comme un marché d'avenir, à savoir la Blockchain et les crypto-monnaies. Lemon Way a pour cela adhéré à l'ADAN, l'Association Des Actifs Numériques et des technologies blockchain. Le lancement d'un service de BNPL intéresserait aussi la FinTech.
- **Un retour au crowdfunding** : Lemon Way précise par ailleurs que sa stratégie sera tournée, comme au lancement du service, vers le crowdfunding. Mais la FinTech nuance tout de même ce retour aux sources en précisant vouloir se positionner comme une référence du crowdfunding immobilier cette fois, qui aura connu une croissance de 90% en 2021. Pour rappel, le [financement participatif immobilier](#) consiste à réaliser une levée de fonds auprès d'investisseurs particuliers afin de financer un projet dans le secteur immobilier.

MISE EN PERSPECTIVE

- Lemon Way devrait notamment réaliser une nouvelle levée de fonds d'ampleur, début 2023, pour financer tous ces chantiers.
- Mais l'une des clés de la réussite de Lemon Way repose aussi sur la multiplication de ses partenariats. La fin d'année 2021 aura notamment été marquée par son rapprochement avec [Tink](#), plateforme d'open banking européenne de premier plan.
- C'est d'ailleurs grâce à ce rapprochement que Lemon Way a pu lancer Pay by Bank, un service d'[initiation de paiement](#) pour les places de marché, dans l'air du temps.

Source : Communiqué de presse



GoCardless passe dans le camp des Licornes

Open Banking – International – 11/02/2022

La FinTech britannique [GoCardless](#), spécialisée dans la dématérialisation et la simplification des paiements récurrents par prélèvement automatique, vient d'atteindre le statut convoité de Licorne. Une nouvelle levée de fonds consolide en effet son modèle et ses ambitions à accélérer sa croissance dans l'open-banking.

LES FAITS

- Gocardless vient donc de rejoindre le camp des Licornes technologiques britanniques après avoir levé 312 millions de dollars dans le cadre d'un tour de table en Série G.
- Parmi ses soutiens financiers, de nouveaux investisseurs de renom tels que Permira et BlackRock.
- Cette nouvelle levée de fonds permet par ailleurs à la FinTech d'atteindre une valorisation de 2,1 milliards de dollars.
- Ce financement va permettre à GoCardless d'accélérer sa croissance dans le domaine de l'Open Banking, boostant l'internationalisation de son offre.

ENJEUX

- **Saluer des débuts prometteurs** : GoCardless [annonçait](#) son intention de lancer une solution de paiement hybride reposant sur l'Open-banking en janvier 2021. Elle enregistrait, en avril suivant, un premier client [dans le secteur des FAI](#), Cuckoo. Depuis, GoCardless a multiplié les partenariats, avec des FinTechs telles que [Pennylane](#), PayPal ou [Klarna](#), pour assurer la diffusion la plus large possible de son offre.
- **Rivaliser avec les plus grands acteurs du paiement** : Les nouveaux investissements de GoCardless doivent lui permettre de renforcer encore ses services de paiements de compte à compte et de mettre en place un réseau mondial de paiement capable de rivaliser avec les réseaux de cartes.

MISE EN PERSPECTIVE

- GoCardless traite aujourd'hui plus de 25 milliards de dollars de transactions par an et sert plus de 70 000 entreprises à travers le monde. Ce chiffre et son nouveau statut de Licorne attestent résolument de la pertinence de sa stratégie.
- Son modèle de FinTech, agile et réactif, lui aura permis de s'imposer rapidement sur un marché d'avenir. Face à elle, d'autres initiatives globales cherchent aussi à se présenter comme des alternatives aux réseaux de paiements actuels. En Europe, EPI cherche ainsi toujours à rassembler autour de son objectif d'interopérabilité.

Source : [Communiqué de presse](#)



Retour d'expérience : PayPal subit une correction boursière

Résultats – Etats-Unis – 14/02/2022

[PayPal](#) s'est plié, comme après chaque fin de trimestre, à l'annonce de ses résultats. Mais après avoir été flamboyant début 2021, un ralentissement de la progression du géant du paiement en ligne a affolé les observateurs et investisseurs en ce début d'année. Retour sur une crise boursière à remettre en perspective.

LES FAITS

- Les actions du géant du paiement en ligne ont chuté de 26% à la suite de ses dernières annonces trimestrielles. Une réaction directe à la baisse des bénéfices enregistrés par le groupe, à 801 millions de dollars, contre 1,5 milliard de dollars au troisième trimestre.
- Au quatrième trimestre 2021, le groupe a effectivement enregistré des résultats mitigés, mais qui ne doivent pas effacer ses progressions.
- Le chiffre d'affaires de PayPal est ainsi fixé à 6,92 milliards de dollars, en hausse de +11,9% par rapport au trimestre précédent.
- Si la croissance du nombre d'utilisateurs de PayPal est par ailleurs ralentie, elle persiste. 9,8 millions de comptes PayPal ont ainsi été créés contre 16 millions à la même période l'année dernière. PayPal a par ailleurs précisé avoir supprimé quelques 4,5 millions de faux comptes, créés par des bots. Au total, PayPal compte donc désormais quelques 426 millions de clients actifs dans le monde.
- Le volume de paiement enregistré via le service Venmo a quant à lui augmenté de 26 % au cours du dernier trimestre (atteignant 61 milliards de dollars), et de 44 % sur l'ensemble de l'année (atteignant 230 milliards de dollars).
- PayPal a pour finir, dû faire face à l'abandon de son service de paiement par eBay, son partenaire historique.

ENJEUX

- **Un ralentissement, mais une progression constante** : Le boom du e-commerce aura naturellement profité à PayPal qui affichait effectivement des [résultats exceptionnels](#) pour le premier trimestre 2021. La déception des analystes s'appuie sur un ralentissement factuel des résultats de PayPal mais se détourne d'un autre élément tout aussi factuel, s'agissant de la progression constante des chiffres présentés par le géant du paiement en ligne.
- **De nouveaux objectifs** : PayPal a revu ses objectifs, précisant espérer recruter entre 15 et 20 millions de nouveaux clients actifs cette année. Des annonces relativement floues donc, et un abandon de son objectif chiffré de 750 millions de comptes prévus pour 2025. L'objectif de PayPal est aujourd'hui d'éviter les déceptions et de maintenir une croissance durable, y compris pour son chiffre d'affaires (prévu à +15 ou 17 % sur 2022).

MISE EN PERSPECTIVE

- Plus que la captation de nouveaux clients, le groupe mise aujourd'hui, plus que jamais, sur sa diversification et la consolidation d'une offre globale pour perdurer.
- Cette stratégie a d'ailleurs déjà largement marquée l'année 2021 au cours de laquelle PayPal a multiplié les initiatives en faveur de sa transformation ([trading](#), [BNPL](#), [crypto-monnaies](#) et [stableCoin](#)). Le tout avec l'ambition d'imposer une [Super-App](#) sur le marché à moyen terme, en accord avec la vision des services financiers du futur.

Source : [Communiqué de presse](#)



The slide features the PayPal logo and 'PAYPAL HOLDINGS, INC. (NASDAQ: PYPL)' in the top left. The main title is 'Q4 and FY'21 Highlights'. Below this is a table comparing Q4'21 and FY'21 performance across various metrics, categorized by GAAP and Non-GAAP. The table includes columns for USD values and YoY percentage changes.

		Q4'21		FY'21	
		USD \$	YoY Change	USD \$	YoY Change
GAAP	Net Revenues	\$6.9B	13%	\$25.4B	17%
	Operating Income	\$1.1B	9%	\$4.3B	30%
	EPS	\$0.68	(49%)	\$3.52	(1%)
Non-GAAP	Operating Income	\$1.5B	0%	\$6.3B	17%
	EPS	\$1.11	4%	\$4.60	19%

* On an FXN basis

MasterCard élargit le spectre de ses activités de conseil

Stratégie d'acteur – International – 18/02/2022

Le service de conseil de [MasterCard](#) est élargi à trois grands nouveaux sujets : l'Open Banking, les crypto-actifs ainsi que les questions ESG (concernant les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance). L'ensemble de ces sujets sera évidemment traité en lien avec le paiement, en accord avec le cœur de métier du schéma américain. Ce positionnement reflète néanmoins les efforts de diversification des services de MasterCard.

LES FAITS

- Mastercard Data & Services, l'entité de MasterCard dédiée à l'analyse et aux conseils, compte aujourd'hui plus de 2 000 data scientists, ingénieurs et consultants, au service de clients dans 70 pays à travers le monde.
- Mais le groupe envisage désormais de faire encore grandir cette activité. MasterCard présente ainsi un plan de croissance pour Mastercard Data & Services, reposant notamment sur le recrutement de plus de 500 diplômés universitaires et de jeunes professionnels spécialistes des thématiques suivantes :
 - l'Open Banking,
 - Les crypto-actifs (monnaies numériques et NFT),
 - les critères ESG.
- Les futurs travaux de l'entité dédiée au conseil de MasterCard porteront donc aussi sur ces nouveaux sujets d'intérêt pour le groupe. L'angle adopté pour leur analyse sera évidemment pris par celui du paiement.
- Les entreprises de toutes envergures sont ciblées comme les prochains bénéficiaires des futurs conseils stratégiques apportés par MasterCard sur ces thèmes. MasterCard entend en effet :
 - aider les entreprises à maximiser les opportunités liées à l'Open Banking et l'ouverture des données,
 - aider les banques centrales à explorer la conception et le déploiement d'une monnaie numérique de banque centrale,
 - aider les entreprises à se mettre en conformité avec les attentes des consommateurs, toujours plus conscients des enjeux sociaux et écologiques des produits et des marques.

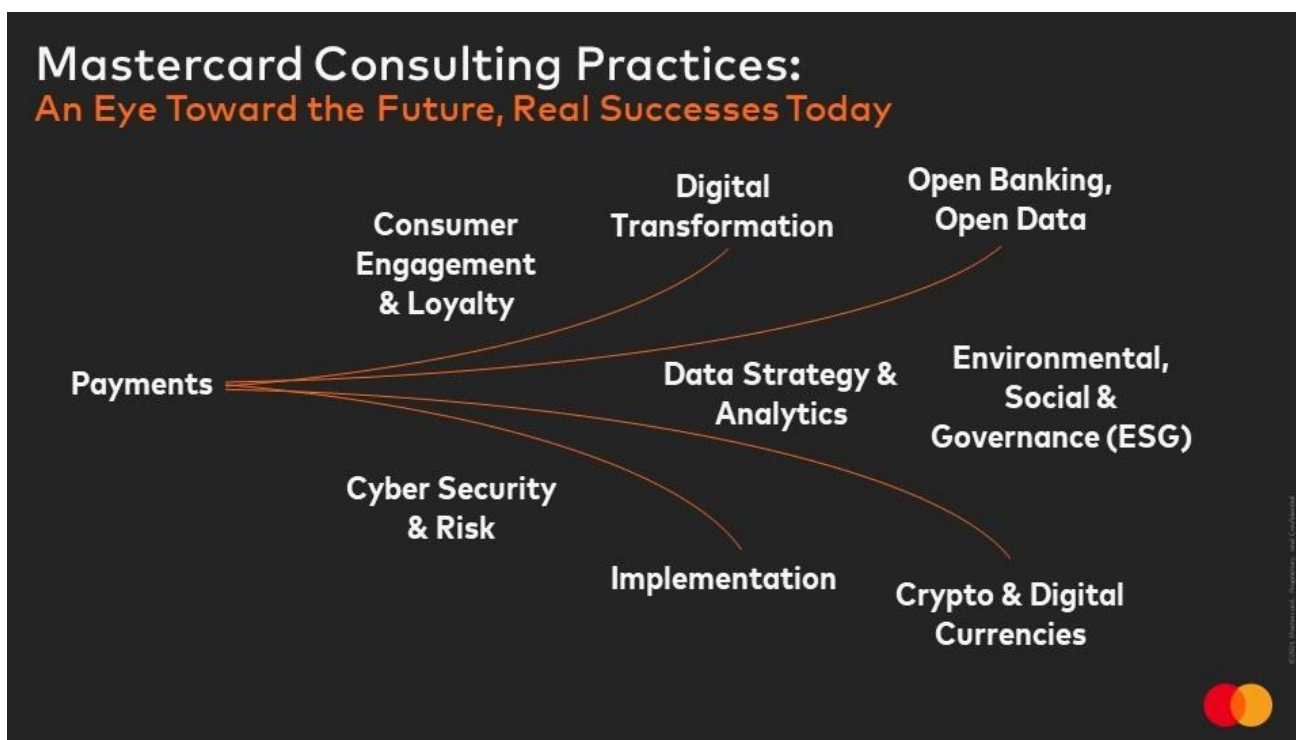
ENJEUX

- **Accompagner les tendances** : Les engagements sociaux responsables des organismes financiers sont plus scrutés que jamais, en particulier depuis la tenue de la COP26. Par ailleurs, si l'Open Banking est une tendance forte depuis plusieurs mois maintenant, celle des cryptos est annoncée comme une révolution à venir. MasterCard a donc ouvert son activité de conseil à trois grandes tendances fortes sur lesquelles les entreprises devront savoir se positionner prochainement.
- **S'imposer au-delà du paiement** : En surfant sur ces grandes tendances qui font la Une de l'actualité à l'international, MasterCard cherche aussi à faire plus de lumière sur son activité de conseil et à se présenter comme un expert des services financiers et des nouvelles technologies qui transforment le secteur. Un positionnement d'autant plus nécessaire pour MasterCard qui doit faire face à un renforcement de la concurrence sur le marché du paiement et à la remise en question de son hégémonie.

MISE EN PERSPECTIVE

- [MasterCard](#) a déjà développé une belle expertise sur les trois sujets sur lesquels son pôle consulting dispensera désormais ses conseils aux entreprises :
- Le géant du paiement est ainsi un pionnier en matière de démocratisation des crypto-actifs, se positionnant même, début 2021, en faveur de l'[intégration](#) des cryptos au sein de son infrastructure de paiement. En 2020 déjà, le schéma américain voulait par ailleurs [aider](#) les [banques centrales](#) à déployer leurs monnaies numériques.
- Sur le thème de l'Open Banking, là encore, MasterCard s'est engagé pour s'imposer comme une référence du marché. Le groupe consolidait d'ailleurs son positionnement avec [Aiaa](#) en septembre dernier.
- Et pour finir, comme toutes les entreprises financières aujourd'hui, MasterCard défend un positionnement engagé, qui se traduit par le lancement de nouveaux services dédiés au [calcul des émissions carbone](#) ou à l'[inclusion financière](#), afin de faire valoir ses valeurs sociales et environnementales.

Source : [Communiqué de presse](#)



Retour d'expérience : N26 dévoile ses résultats 2020

Stratégie d'acteur – Europe – 21/02/2022

[La néo-banque d'origine allemande N26](#), qui est parvenue à s'imposer comme une référence de la FinTech en Europe, a souhaité commencer l'année en affichant ses résultats de l'année 2020. Un évènement important car il s'agit d'informations, qui jusque-là étaient gardées secrètes du fait de la concurrence féroce que se livrent les acteurs alternatifs, et qui témoigne d'un pas vers plus d'ouverture, de transparence et qui anticipe des obligations liées à une future entrée en bourse.

LES FAITS

- N26 a donc choisi de se plier à l'exercice de la publication des résultats annuels en ce début d'année. Ces derniers concernent en revanche son activité 2020, et font état d'une croissance soutenue pour la FinTech. Les résultats de 2021 seront publiés au premier semestre 2022.
- Cette dernière a ainsi amélioré sa marge bénéficiaire nette de 96 points en 2020, par rapport à 2019. La FinTech a aussi vu se réduire ses pertes nettes de 30,5% par rapport à 2019. Son revenu brut a bondi de 22 % pour s'établir à 112 millions d'euros ; ses pertes nettes ont été réduites de 33,3 % pour atteindre 110 millions d'euros.
- N26 a vu son bilan d'activité augmenté de 79 % en 2020, pour s'établir à 4,3 milliards d'euros. Et son volume de transactions a bondi de 57 % pour atteindre 50,3 milliards € par rapport à l'exercice 2019.
- N26 identifie finalement trois moteurs de sa croissance :
 - l'augmentation des abonnements,
 - l'accélération de l'utilisation des comptes,
 - l'augmentation de la souscription à des produits bancaires additionnels.
- La FinTech précise compter aujourd'hui plus de 7 millions de clients en Europe.

ENJEUX

- **Faire oublier les points noirs de 2021** : 2021 aura été coup sur coup marquée par deux annonces difficiles pour N26. La FinTech a en effet décidé de [quitter](#) le territoire américain en novembre dernier (après avoir quitté celui du Royaume-Uni suite au Brexit). L'année 2021 aura par ailleurs été aussi marquée, pour N26, par une [sanction](#) pour défaillance de contrôles anti-blanchiment infligée par l'organisme allemand de surveillance financière BaFin.
- **Valider un modèle économique** : Les souscriptions d'abonnement ont généré 45 % des revenus de commissions, notamment portées par le lancement de [N26 Smart](#). La FinTech souligne ce point particulier pour valider la pertinence de l'évolution de son modèle économique.
- **Un pas de plus vers l'entrée en bourse** : En mars dernier, le groupe N26 faisait une demande de licence pour obtenir le statut d'établissement financier auprès de la Bafin, une exigence réglementaire nécessaire avant une éventuelle IPO. La néobanque serait la première Fintech allemande à recevoir cet agrément.

MISE EN PERSPECTIVE

- N26 publiait une partie de ses résultats 2020 en tout début d'année 2021. A l'époque déjà, la FinTech faisait état d'une forte [progression](#) sur une année, portée notamment par la crise sanitaire.
- En février 2022 en revanche, N26 ne se trouve pas capable de publier ses résultats 2021. La FinTech précise néanmoins qu'ils seront dévoilés prochainement, courant du premier semestre de cette année.
- Reste à savoir comment ils auront été impactés par les coups durs auxquels aura dû faire face N26. L'année 2021 n'aura par ailleurs pas été si noire pour la FinTech qui a aussi pu compter sur une levée de fonds historique, en [Série E](#), lui ayant permis de battre un record de valorisation.

Source : [Communiqué de presse](#)

RÉSUMÉ DES INDICATEURS FINANCIERS

Indicateurs Clés	2019 m€	2020 m€	Evolution
Revenu Net Intérêts et Commissions	56.8	72.1	+ 26.9%
Revenu net d'intérêts	9.3	14.8	+ 59.1%
Revenu net Commissions	47.5	57.3	+ 20.6%
Dépenses Administratives	- 244.7	- 206.3	- 15.7%
Dépenses Salariés	- 76.0	- 92.2	+ 21.3%
Marketing et autres dépenses administratives	- 168.7	- 114.1	- 32.4%
Amortissement des biens mobiliers	- 3.6	- 5.6	+ 55.6%
Autres résultats d'exploitation	- 9.9	- 2.0	- 79.8%
Résultat opérationnel avant provision des risques	- 201.3	- 141.8	- 29.6%
Provision des risques	- 15.6	- 8.9	- 42.9%
Résultat opérationnel après provision des risques	- 216.9	- 150.7	- 30.5%
Bénéfice / perte d'exploitation des activités UE	- 165.0	- 110.0	- 33.3%
Bénéfice / perte d'exploitation des activités hors UE	- 51.9	- 40.7	- 21.6%
Résultat net annuel	- 216.9	- 150.7	- 30.5%

*Le provisionnement des risques est la somme de tous les abandons et provisions prévus pour l'activité de crédit, y compris la trésorerie

Retour d'expérience : N26 dévoile ses résultats 2020

Stratégie d'acteur – Europe – 21/02/2022

[La néo-banque d'origine allemande N26](#), qui est parvenue à s'imposer comme une référence de la FinTech en Europe, a souhaité commencer l'année en affichant ses résultats de l'année 2020. Un événement important car il s'agit d'informations, qui jusque-là étaient gardées secrètes du fait de la concurrence féroce que se livrent les acteurs alternatifs, et qui témoigne d'un pas vers plus d'ouverture, de transparence et qui anticipe des obligations liées à une future entrée en bourse.

LES FAITS

- N26 a donc choisi de se plier à l'exercice de la publication des résultats annuels en ce début d'année. Ces derniers concernent en revanche son activité 2020, et font état d'une croissance soutenue pour la FinTech. Les résultats de 2021 seront publiés au premier semestre 2022.
- Cette dernière a ainsi amélioré sa marge bénéficiaire nette de 96 points en 2020, par rapport à 2019. La FinTech a aussi vu se réduire ses pertes nettes de 30,5% par rapport à 2019. Son revenu brut a bondi de 22 % pour s'établir à 112 millions d'euros ; ses pertes nettes ont été réduites de 33,3 % pour atteindre 110 millions d'euros.
- N26 a vu son bilan d'activité augmenté de 79 % en 2020, pour s'établir à 4,3 milliards d'euros. Et son volume de transactions a bondi de 57 % pour atteindre 50,3 milliards € par rapport à l'exercice 2019.
- N26 identifie finalement trois moteurs de sa croissance :
 - l'augmentation des abonnements,
 - l'accélération de l'utilisation des comptes,
 - l'augmentation de la souscription à des produits bancaires additionnels.
- La FinTech précise compter aujourd'hui plus de 7 millions de clients en Europe.

ENJEUX

- **Faire oublier les points noirs de 2021** : 2021 aura été coup sur coup marquée par deux annonces difficiles pour N26. La FinTech a en effet décidé de [quitter](#) le territoire américain en novembre dernier (après avoir quitté celui du Royaume-Uni suite au Brexit). L'année 2021 aura par ailleurs été aussi marquée, pour N26, par une [sanction](#) pour défaillance de contrôles anti-blanchiment infligée par l'organisme allemand de surveillance financière BaFin.
- **Valider un modèle économique** : Les souscriptions d'abonnement ont généré 45 % des revenus de commissions, notamment portées par le lancement de [N26 Smart](#). La FinTech souligne ce point particulier pour valider la pertinence de l'évolution de son modèle économique.
- **Un pas de plus vers l'entrée en bourse** : En mars dernier, le groupe N26 faisait une demande de licence pour obtenir le statut d'établissement financier auprès de la Bafin, une exigence réglementaire nécessaire avant une éventuelle IPO. La néobanque serait la première Fintech allemande à recevoir cet agrément.

MISE EN PERSPECTIVE

- N26 publiait une partie de ses résultats 2020 en tout début d'année 2021. A l'époque déjà, la FinTech faisait état d'une forte [progression](#) sur une année, portée notamment par la crise sanitaire.
- En février 2022 en revanche, N26 ne se trouve pas capable de publier ses résultats 2021. La FinTech précise néanmoins qu'ils seront dévoilés prochainement, courant du premier semestre de cette année.
- Reste à savoir comment ils auront été impactés par les coups durs auxquels aura dû faire face N26. L'année 2021 n'aura par ailleurs pas été si noire pour la FinTech qui a aussi pu compter sur une levée de fonds historique, en [Série E](#), lui ayant permis de battre un record de valorisation.

Source : [Communiqué de presse](#)

RÉSUMÉ DES INDICATEURS FINANCIERS

Indicateurs Clés	2019 m€	2020 m€	Evolution
Revenu Net Intérêts et Commissions	56.8	72.1	+ 26.9%
Revenu net d'intérêts	9.3	14.8	+ 59.1%
Revenu net Commissions	47.5	57.3	+ 20.6%
Dépenses Administratives	- 244.7	- 206.3	- 15.7%
Dépenses Salariés	- 76.0	- 92.2	+ 21.3%
Marketing et autres dépenses administratives	- 168.7	- 114.1	- 32.4%
Amortissement des biens mobiliers	- 3.6	- 5.6	+ 55.6%
Autres résultats d'exploitation	- 9.9	- 2.0	- 79.8%
Résultat opérationnel avant provision des risques	- 201.3	- 141.8	- 29.6%
Provision des risques	- 15.6	- 8.9	- 42.9%
Résultat opérationnel après provision des risques	- 216.9	- 150.7	- 30.5%
Bénéfice / perte d'exploitation des activités UE	- 165.0	- 110.0	- 33.3%
Bénéfice / perte d'exploitation des activités hors UE	- 51.9	- 40.7	- 21.6%
Résultat net annuel	- 216.9	- 150.7	- 30.5%

*Le provisionnement des risques est la somme de tous les abandons et provisions prévus pour l'activité de crédit, y compris la trésorerie

Cryptomonnaies et MDBC

La Blockchain Solana facilite les paiements en crypto-monnaies

Encaissement – Etats-Unis – 03/02/2022

Référence mondiale de la technologie Blockchain, Solana s'est imposée, depuis sa création en mars 2020, comme un challenger d'Ethereum, doté de sa propre crypto-monnaie : le Sol. Pour renforcer encore son positionnement et accélérer son déploiement face à la concurrence, Solana vient de lancer un nouveau service d'acceptation de paiement en point de vente. Elle compte notamment se démarquer en misant sur le paiement en stablecoins.

LES FAITS

- La nouvelle offre présentée par Solana Labs est une solution d'acceptation des paiements en crypto-monnaies et en stablecoins (Sol et USDC en particulier).
- Baptisée Solana Pay, elle repose sur un nouveau protocole de paiement décentralisé en open-source, destiné à tous les commerçants opérant une boutique en ligne ou un commerce physique.
- Le système repose sur des QR Code et l'usage d'un wallet mobile permettant de valider des paiements en peer-to-peer entre un acheteur et un commerçant.
- Parcours client :
 - un client équipé du wallet Solana entre dans un magasin,
 - il scanne son QR Code pour valider une transaction d'achat,
 - les fonds sont virés immédiatement sur le compte Solana du commerçant.
- En termes de réactivité, Solana Pay serait capable de traiter jusqu'à 60 000 transactions par seconde (proche des 65 000 annoncées par Visa).
- Pour les commerçants, l'usage de ce système porte la promesse du déploiement de nouveaux services à valeur ajoutée dans un futur proche. Solana Pay a notamment pour vocation de proposer de gérer des programmes de fidélité intégrant des NFT par exemple.

ENJEUX

- **Une intégration spécifique des stablecoins** qui contribue à l'originalité de la solution de Solana Pay. Les fondateurs de Solana assument en effet leur ambition de créer de nouveaux rails de paiement pour payer dans les versions numériques des monnaies stables, à commencer par le dollar digital (USDC), qui compte actuellement pour 4 milliards de dollars de transactions sur la blockchain de Solana. C'est ainsi que Solana espère contribuer à la démocratisation du paiement en cryptos.
- **La promesse du low cost** : Le principal argument de Solana pour promouvoir son nouveau service est tarifaire. La Blockchain promet en effet que des frais minimes seront appliqués instantanément sur chaque transaction réalisée via son service.
- **Brouiller les frontières entre l'économie virtuelle et l'économie réelle**, à mesure que se multiplient les [initiatives](#) créant des [ponts](#) entre ces univers. Solana s'engage dans cette tendance avec une solution innovante, permettant aux crypto-monnaies de trouver de nouveaux usages, plus larges.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le Sol est devenu la cinquième crypto-monnaie la mieux valorisée du marché (59 milliards de dollars), selon Coingecko. Solana a par ailleurs enregistré 1,48 milliard de transactions en novembre dernier, d'après CoinMarketCap. La reconnaissance du Sol est large ; en janvier dernier, une note circulant au sein de Bank of America précisait ainsi que l'entreprise avait le potentiel de devenir le "Visa de l'écosystème des actifs numériques".
- La diffusion des crypto-monnaies dans le monde physique est en cours grâce aux initiatives d'un certain nombre d'acteurs alternatifs, à l'origine de moyens de paiement permettant de réaliser des transactions dans le monde physique, avec des crypto-monnaies. Outre Solana, [Mastercard](#) ou [Ledger](#) en ont notamment fait la démonstration via des cartes dédiées.

Source : [Blog](#)



Prime XBT lance ses cours sur la crypto

Crypto – France – 17/02/2022

La plate-forme de trading de crypto-actifs Prime XBT vient d'annoncer le lancement de son académie. Cette dernière a pour objectif de former les futurs investisseurs au marché des crypto-monnaies. L'offre répond à un besoin réel, alors que le sujet des crypto-actifs s'impose dans la société et que les jeunes semblent particulièrement enclins à s'intéresser au sujet.

LES FAITS

- PrimeXBT publiait le premier Webinaire de son "académie" en septembre 2021. La plate-forme s'astreint désormais à diffuser son contenu régulièrement. Ces vidéos sont publiées sur la plateforme YouTube.
- Accessible à tous les internautes gratuitement, ces vidéos d'une vingtaine de minutes visent à répondre aux interrogations classiques des (futurs) investisseurs en crypto-monnaies. A savoir :
 - Pourquoi investir,
 - Quelle stratégie d'investissement adopter,
 - Quelles sont les perspectives pour l'année 2022,
 - Un crash est-il attendu?
 - ...
- Un présentateur expert, Dirk Hartig, anime les vidéos et fait intervenir d'autres experts pour enrichir le propos. Il propose une analyse approfondie autant que des clés pour comprendre le marché. Les vidéos sont en anglais, sous-titrées en français.
- La cible de ces vidéos est large : les experts du marché, autant que les nouveaux ou même futurs investisseurs.
- La trading Academy de PrimeXBT diffuse par ailleurs des vidéos pédagogiques pour apprendre à utiliser les services de sa plate-forme, à en découvrir les caractéristiques et les fonctionnalités.

ENJEUX

- **Former pour attirer** : En tant que plate-forme de trading, si Prime XBT met en avant son ambition pédagogique, son intérêt est surtout tourné vers la formation de nouveaux investisseurs et donc, de ses futurs clients.
- **Accompagner la montée en puissance d'un marché** : Prime XBT a lancé une nouvelle offre particulièrement dans la tendance, alors que la démocratisation et l'infusion du sujet des cryptos actifs dans la société se poursuit.

MISE EN PERSPECTIVE

- Une récente étude Kantar/Ipsos publiée par l'Adan, l'association qui représente les professionnels du secteur des actifs numériques et des technologies blockchain en France, souligne l'importance de la

tendance en France. Globalement, 77 % des Français ont déjà entendu parler du sujet des crypto-monnaies ou des NFT.

- L'hexagone compte par ailleurs 8% d'adultes possédant des crypto-actifs et une grande part de futurs investisseurs puisque 30% envisagent d'investir sur ce marché (dont la moitié d'ici fin 2022). Un vaste marché reste donc à conquérir pour les plate-formes de trading.

Vidéo

Source : [Site officiel](#)



Alpha Roméo présente un nouveau véhicule, adossé à un NFT

Innovation – International – 22/02/2022

A l'occasion de la présentation de son nouveau véhicule le SUV Tonale, Alpha Roméo a fait sensation en divulguant une innovation de taille dans le secteur automobile. Il s'agit d'un [certificat numérique](#) qui accompagnera le véhicule tout au long de sa vie pour améliorer la traçabilité et centraliser les informations liées au véhicule. Rendu possible par la technologie NFT, cette innovation apparaît comme l'une des premiers cas d'usage non financier de l'utilisation des blockchains dans une perspective industrielle.

LES FAITS

- Le nouveau véhicule électrique Tonale est présenté comme l'illustration du renouveau de la marque constructeur. Alpha Roméo se tourne, en effet, vers plus de connectivité, d'électrification et de technologie.
- L'illustration majeure de ce dernier point repose sur l'association de chaque véhicule Tonale à un jeton non fongible unique. Un véhicule Tonale sera ainsi livré avec un certificat numérique NFT.
- Basé sur la technologie blockchain le Tonale NFT certifiera la voiture à l'achat, puis enregistrera les informations majeures au fil du cycle de vie du véhicule (réparation, maintenance, entretien, changement de propriétaire,...).
- Le certificat pourra ainsi servir de preuve s'agissant du bon entretien du véhicule au cours de son existence.
- L'enregistrement des données concernant le véhicule se fera sur la Blockchain, de manière confidentielle et non modifiable, avec le consentement du propriétaire du véhicule.

ENJEUX

- **Signer une première mondiale** : Alpha Roméo pourra se targuer d'avoir été le premier constructeur automobile à dévoiler un véhicule associé à son jeton non fongible.
- **Améliorer la valeur du véhicule** : Le NFT Tonale doit servir de carte d'identité et de carnet d'entretien pour chaque véhicule. Alpha Roméo le met en avant comme un système de certification d'entretien, de bon état, et donc d'amélioration de la valeur résiduelle du véhicule sur le marché de l'occasion.

MISE EN PERSPECTIVE

- Outre le Bitcoin et les monnaies numériques, les NFT représentent un autre exemple du potentiel de la Blockchain.
- Réseau de blocs non modifiables, la Blockchain est depuis ses débuts présentée comme un système de certification informatique inégalé. Société Générale en soulignait d'ailleurs récemment l'intérêt pour déployer des [passeports de véhicules](#), comme [Stampyt](#). Des initiatives similaires à celle aujourd'hui présentée par Alpha Roméo.

- Mais les applications sont nombreuses, en matière d'[identité numérique](#), de [traçabilité](#), de suivi des [retraites](#) ou d'[immobilier](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

