



Les faits marquants du mois

Mouvements d'acteurs – Consolidation en période de doute

- **FRANCE** – BPCE entre au capital de Swile
- **FRANCE** – Qonto prête à s'offrir un concurrent allemand
- **FRANCE** – Bridge réalise une nouvelle levée de fonds, auprès de BPCE

Dans la période actuelle, où les investissements se font plus rares, les acquisitions sont une option de choix pour les jeunes acteurs qui ont levé des fonds comme Qonto ou Swile, devenues toutes deux licornes en 2021 pour continuer à croître. On a vu plusieurs fintechs racheter des acteurs traditionnels, mais l'alliance de Swile et BPCE avec le rachat de Bimpli, son activité des avantages sociaux reste singulière. BPCE rentre donc au capital de la fintech et va permettre à cette dernière de grossir organiquement, mais également de diversifier son portefeuille d'activités. Pour BPCE, ce mouvement est un choix stratégique fort de se positionner sur la dimension Bank-as-a-Service, mais également de pouvoir concentrer ses efforts sur d'autres verticales. Elle a également annoncé son intention d'accroître sa participation dans la fintech Bridge pour développer son activité autour des paiements par virement via l'open banking. La banque fait montre d'une volonté forte de moderniser ses canaux et cela passe notamment par des partenariats. Dans un autre registre, Qonto, la néobanque des professionnels rachète son concurrent allemand Penta et accélère de cette manière son entrée sur le marché allemand. Ce rachat, s'il est validé, lui permettra également d'intégrer l'écosystème des fintechs allemandes avec eFounders ou encore Solaris qui sont les actuels investisseurs de Penta.

Paiement intégré – Les réseaux sociaux, un canal de vente privilégié

- **INTERNATIONAL** – Shopify payments lancé en France avec PayPal
- **FRANCE** – YouTube s'associe à Shopify pour lancer la fonctionnalité d'achat
- **ETATS-UNIS** – Instagram permet de réaliser des achats via Messages Directs
- **ALLEMAGNE** – Deutsche Bank fait son entrée sur le marché BNPL

Si les acteurs BNPL ont souvent été cités en exemple de la transformation du commerce en ligne et de l'intégration des paiements dans des parcours toujours plus fluides et facilitant l'achat pour les consommateurs, les marketplaces et les réseaux sociaux ne sont pas en reste, puisque la tendance du social commerce connaît également une progression importante dans cette part du e-commerce. Pour profiter de cette tendance, les acteurs comme Instagram ou Youtube développent des parcours d'achats intégrés qui permettent de s'appuyer sur la dimension sociale des messageries pour bénéficier des conseils du vendeur ou de la synchronisation entre la boutique en ligne et la chaîne Youtube d'un magasin qui rend possible de réaliser un achat directement depuis ce canal. Ces parcours d'achats de plus en plus immersifs et en même temps plus attentifs aux consommateurs rencontrent les pratiques des jeunes puisque, selon une étude d'Accenture, 64 % des utilisateurs des réseaux sociaux interrogés ont déclaré avoir effectué un achat via le social commerce en 2021. D'un autre côté, les banques, qui ne veulent pas laisser ces acteurs prendre trop de parts de marché, font de la marque blanche un argument de vente de leur solution en défendant un positionnement agnostique et non intrusif vis-à-vis des marchands pour laisser ces derniers conserver la pleine maîtrise de leur relation client quel qu'en soit le canal à l'image de Deutsche Bank qui propose une solution de BNPL en marque blanche à ses clients commerçants en s'appuyant sur la technologie de la fintech autrichienne Credi2.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES DE PAIEMENT	4
MasterCard soutient une carte de paiement dédiée aux malades d'Alzheimer	4
CARTES DE PAIEMENT	6
GoHenry s'offre PixPay pour entrer en Europe	6
PAIEMENT B2B	8
Pleo veut aussi gérer les dépenses professionnelles en France	8
Libéo gère aussi les encaissements	10
OPEN BANKING	12
StellarFi renverse le credit scoring	12
Tink présente son compte de règlement	14
PAIEMENT INTEGRE	16
Raisin Bank se lance dans le paiement en Allemagne	16
Shopify payments lancé en France avec PayPal	18
Instagram permet de réaliser des achats via Messages Directs	20
PAIEMENT FRACTIONNE	24
Finfrog lève des fonds pour soutenir son offre de microcrédit	24
Nouvel acteur du paiement BtoB, Hero lève des fonds	26
Deutsche Bank fait son entrée sur le marché BNPL	28
TPE, ENCAISSEMENT	30
Retour d'expérience : SumUp fête ses 10 ans avec une levée de fonds d'ampleur	30
Revolut présente une nouvelle offre d'encaissement mobile	32
FDJ se renforce dans les services de paiement	34
STRATEGIE D'ACTEURS	36
Pumpkin abandonnée par Crédit Mutuel Arkéa	36
L'action du Comité national des paiements scripturaux porte ses fruits	38
BPCE entre au capital de Swile	40
Bridge réalise une nouvelle levée de fonds, auprès de BPCE	42
Qonto prête à s'offrir un concurrent allemand	44
CRYPTOMONNAIES ET MDBC	46
L'Union Européenne s'accorde sur les crypto-actifs	46
Monoprix installe un corner dédié aux NFT dans ses magasins	48
Edenred gère aussi les collections de NFT	50
IDENTITE NUMERIQUE ET BIOMETRIE	54
ING inclut un service de validation des paiements à son offre itsme	54

En bref

- **INTERNATIONAL** – Dernier vestige du vaste projet de cryptomonnaie du groupe Meta (ex-Facebook), **Novi** fermera définitivement ses portes prochainement. Un nouveau message en ce sens vient d'apparaître sur son site officiel, confirmant l'échec de ce projet. C'est aussi le signe d'un revirement stratégique profond du groupe Meta sur la question du wallet, désormais considéré comme un support dans les mondes virtuels, comme le métavers. A partir du 1er septembre prochain, les utilisateurs des services de Novi ne pourront plus accéder à leur wallet numérique. Il ne sera par ailleurs plus possible de recharger son portefeuille à partir du 21 juillet. Cette annonce concerne les deux pays où le service avait été déployé, à savoir le Guatemala et les Etats-Unis. Après quelques tentatives de lancement en demi-teinte, sur WhatsApp ou en phase pilote aux Etats-Unis, Novi avait finalement dû se limiter à un usage restreint, dédié à l'envoi de fonds en stablecoins USDP entre des utilisateurs américains et guatémaltèques. Cette annonce résonne comme une confirmation pour un autre projet de monnaie numérique, baptisé en interne "Zuck Bucks", et qui devait permettre à Meta de reprendre de bonnes bases pour se positionner sur le marché des crypto-actifs. Meta est aujourd'hui concentré sur le déploiement d'un projet de wallet dédié au métavers, destiné à la fois à gérer les monnaies et l'identité numérique de son propriétaire.
- **FRANCE** – Casino lançait le premier stablecoin adossé à l'Euro en mars 2021. Baptisé **Lugh**, il avait été développé sur la base d'un partenariat signé entre Coinhouse (spécialiste des crypto-actifs), Société Générale et le groupe Casino donc. Aujourd'hui, le crypto-actifs Lugh (EUR-L) vient de passer une nouvelle étape, en étant enregistré PSAN auprès de l'AMF. Lugh est devenu le premier émetteur de stablecoin adossé à l'euro à obtenir l'enregistrement PSAN auprès de l'AMF. En plus de cette reconnaissance réglementaire, Lugh pourra aussi se targuer d'être référencée dans La French Chain, l'annuaire des entreprises blockchains françaises. Une double certification donc qui permet au crypto-actifs lancé par Casino de s'offrir une nouvelle légitimité sur un marché de plus en plus concurrentiel. Circle frappait fort sur le marché des crypto-actifs internationaux en juin dernier en lançant le premier Euro Coin, depuis les Etats-Unis. L'enregistrement, en tant que PSAN, de Lugh, lui permet aujourd'hui d'être plus légitime pour répondre directement à cette concurrence américaine.
- **ETATS-UNIS** – Apple est de nouveau accusé d'opérer ses activités dans un cadre anti-concurrentiel aux Etats-Unis. Au cœur d'un nouveau recours déposé de manière collective devant le tribunal fédéral de San Francisco en Californie, le service Apple Pay et plus particulièrement, l'offre **Tap to Pay**. Apple officialisait son service Tap to Pay sur iPhone en février dernier. Le service était alors présenté comme une solution d'encaissement Soft POS ouverte aux commerçants utilisateurs d'un smartphone Apple. C'est sur ce dernier point qu'une problématique monopolistique vient d'être soulevée par un collectif de plaignants américains, représentés par les cabinets d'avocats Hagens Berman et Sperling & Slater. Ces derniers soulignent le fait qu'Apple impose ainsi aux émetteurs de cartes de paiement d'utiliser le service Apple Pay, seule solution de portefeuille mobile à avoir accès à la technologie "tap to pay" sur les iPhones. Une situation qui pourrait permettre à Apple de générer près de 1 milliard de dollars de revenus en frais de paiement chaque année. Les plaignants soulignent de plus le fait que la situation est propre au système d'exploitation iOS, alors que le système Android s'ouvre, pour sa part, à la concurrence. Ces accusations font par ailleurs écho à une enquête ouverte par la Commission européenne sur l'App Store et Apple Pay. Ses appareils sont considérés comme particulièrement fermés, Apple cherchant à garder captifs ses clients dans son seul et unique environnement.

Cartes de paiement

MasterCard soutient une carte de paiement dédiée aux malades d'Alzheimer

Cartes de paiement – Royaume-Uni – 20/07/2022

[MasterCard](#) s'est associé avec l'Alzheimer's Society britannique, organisation caritative de soins et de recherche pour les personnes atteintes de démence et leurs [aidants](#), afin de soutenir le déploiement d'une nouvelle offre de paiement dédiée aux malades d'Alzheimer. Une offre spécialement adaptée à leurs besoins et illustrant l'importance d'une offre affinitaire dans ce type de situation.

LES FAITS

- La nouvelle offre soutenue par MasterCard et l'Alzheimer's Society prend la forme d'une carte de débit associée à une application mobile. Elle permet de créer un lien financier avec les malades d'Alzheimer et leur famille ou aidants.
- Baptisée [Sibstar](#), cette offre permet aux personnes atteintes de démence d'accéder à leur argent et de le dépenser dans leur quotidien. L'application mobile Sibstar, rattachée à la carte, représente pour sa part un outil de gestion permettant aux aidants :
 - de paramétrer les autorisations de la carte,
 - de fixer des périodes d'usage et des lieux d'autorisation pour la carte,
 - d'interdire son utilisation dans certains cas.
- Les cartes Sibstar reprennent aussi le modèle du prépayé en nécessitant le rechargement d'un certain montant, choisi par les aidants et les malades, régulièrement. Un système de virement automatisé peut être mis en place.
- Des notifications peuvent finalement être paramétrées pour que l'aidant suive les dépenses réalisées par son proche malade en temps réel.

[Vidéo](#)

ENJEUX

- **Maintenir l'autonomie financière des malades** : La raison d'être de la carte Sibstar est clairement de maintenir autant que possible l'autonomie des malades dans leur vie quotidienne, et dans leur consommation plus précisément. Un moyen, aussi, de soutenir les aidants en les soulageant de cette tâche supplémentaire.
- **Adapter le modèle des cartes dédiés aux plus jeunes pour répondre à un problème de société** : Dans la forme, l'offre de Sibstar représente une adaptation d'un autre modèle affinitaire dédié cette fois aux plus jeunes consommateurs et à leur famille. Mais ce nouveau ciblage marketing prend tout son sens compte tenu des chiffres avancés par l'Alzheimer's Disease International. Cette association estime en effet que 55 millions de personnes sont atteintes de démence dans le monde et que ce nombre devrait atteindre 78 millions d'ici 2030.

MISE EN PERSPECTIVE

- Sibstar présente une alternative financière aux modèles actuels de la tutelle ou de la curatelle privant le plus souvent les malades de la gestion minimum de leurs finances et de leurs dépenses, et finalement aussi, de leur lien avec leurs commerçants et leurs magasins du quotidien. Des études s'accordent pourtant sur le fait que maintenir le lien social représente un moyen de lutter contre l'aggravation de la démence.
- Aux premiers temps du confinement, la néobanque britannique Starling avait présenté [la connected card](#), une carte dédiée aux personnes en situation de vulnérabilité pour leur permettre de garder un lien et de simplifier l'utilisation d'un compte partagé en cas d'isolement.
- En France, plusieurs initiatives sont également dédiées aux aidant comme la Fintech [Finense](#) qui s'inscrit parfaitement dans cette problématique de la gestion pour autrui et de la délégation de pouvoirs en s'appuyant sur des comptes multi-IBAN et des cartes virtuelles pour simplifier les dépenses ponctuelles réalisées par des tiers.



Cartes de paiement

GoHenry s'offre PixPay pour entrer en Europe

Stratégie d'acteur – France – 19/07/2022

La FinTech française [PixPay](#), à l'origine d'un service financier affinitaire spécialement adapté aux plus jeunes, vient de trouver un acquéreur. Il s'agit d'un autre acteur spécialisé sur une cible similaire, [GoHenry](#). Cette décision stratégique permet à l'acteur britannique de s'étendre en Europe et de renforcer son offre.

LES FAITS

- PixPay proposait jusqu'ici un service financier pour les adolescents, en France et en Espagne. Lancée en 2019 en France et en 2021 en Espagne, la FinTech compte actuellement 200 000 membres à travers les deux pays.
- Désormais, elle poursuivra ses activités sous la coupe de GoHenry et assurera comme prévu son expansion, dans les prochains mois, en Italie et en Allemagne.
- Fort de 10 ans d'expérience au Royaume-Uni, GoHenry profitera pour sa part de cette acquisition pour devenir un groupe et s'étendre sur son marché d'origine (celui des enfants) à travers l'Europe.
- GoHenry compte actuellement 2 millions de clients au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

ENJEUX

- **Alliance des forces** : Ciblant une clientèle similaire, GoHenry et PixPay ont préféré s'associer pour poursuivre le développement de leurs offres plutôt que de jouer la carte de la concurrence. Pour GoHenry, cette décision représente un moyen de s'étendre avec plus de facilité sur un nouveau territoire. PixPay, leader du marché en France, poursuivra pour sa part ses activités sous sa marque, sans assurer de changement de direction, d'effectifs ou de siège social. Les deux nouveaux partenaires travailleront ensemble pour améliorer leur expertise commune et leurs services.
- **Ouvrir sa cible** : Si GoHenry cible particulièrement les plus jeunes enfants (à partir de 6 ans), PixPay se focalise sur les besoins des adolescents. Leur rapprochement permet donc au nouveau groupe de proposer une offre plus large.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon un dernier rapport réalisé par GoHenry, 80 % des enfants aux États-Unis affirment avoir de bonnes compétences en matière de gestion financière, qui pourraient les aider dans leur future carrière. Une confiance qui ne les empêche pas d'avoir besoin de services adaptés.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement B2B

Pleo veut aussi gérer les dépenses professionnelles en France

Gestion des dépenses – France – 06/07/2022

FinTech danoise à l'origine d'un service mobile de gestion des dépenses professionnelles, [Pleo](#) s'est imposée comme une [Licorne](#) suite à une levée de fonds réalisée en juillet 2021. Depuis, elle consolide son statut de référence de son marché en Europe et vient pour cela d'annoncer son positionnement dans un nouveau pays, la France.

LES FAITS

- Pleo proposera désormais ses services de gestion des dépenses en entreprises en France. Les salariés des entreprises françaises qui souhaiteraient devenir clientes de Pleo pourront donc prochainement utiliser ses outils pratiques et ludiques pour déclarer leurs notes de frais.
- La fintech danoise envisage en effet d'imposer son service auprès des PME hexagonales afin de les aider à automatiser la gestion des dépenses de leurs salariés et à simplifier leurs tâches administratives.
- Pleo dispose d'un agrément d'établissement de monnaie électronique et d'un partenariat avec MasterCard pour assurer le déploiement de son service.

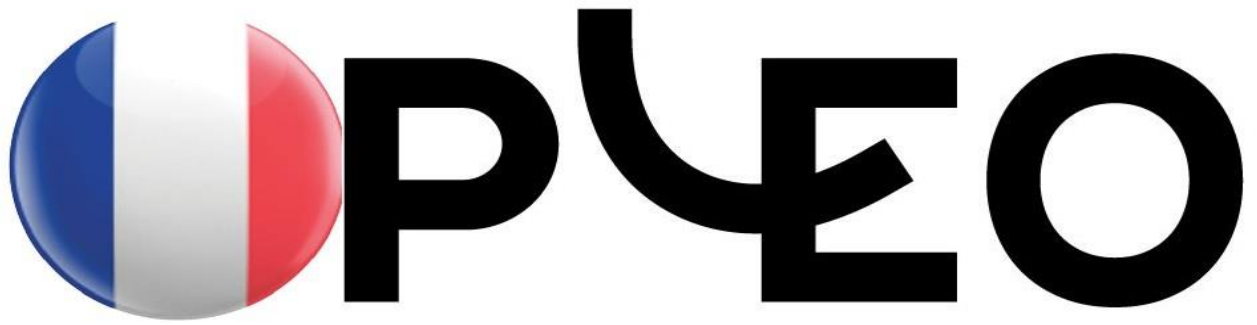
ENJEUX

- **Poursuivre son expansion européenne** : Pleo est une start-up née au Danemark en 2015, qui aura su s'étendre au fil des ans sur de nouveaux marchés. Aujourd'hui, elle propose ses services dans 11 pays dont 7 où l'entreprise dispose actuellement de bureaux : Danemark, Royaume-Uni, Allemagne, Irlande, Espagne, Suède et France.
- **Capter toujours plus de nouveaux clients** : Cette expansion géographique doit permettre à Pleo de suivre son objectif phare, celui de faire grossir son portefeuille clients. La FinTech compte actuellement plus de 20 000 entreprises clientes et est valorisée pour près de 4,7 milliards de dollars.

MISE EN PERSPECTIVE

- En France, le retard des entreprises françaises en matière d'équipement en outils optimisés de gestion des dépenses professionnels est encore important. Pleo estime ainsi que près d'une PME sur deux (45%) gère encore ses dépenses manuellement via des feuilles de calcul, voire des carnets. Ces chiffres sont issus d'une étude réalisée par Pleo en février dernier auprès de 300 PME françaises.
- Ce constat est établi par la FinTech en dépit de la présence de nombreux acteurs spécialisés, dont [Spendesk](#), sur le marché français. Pleo ne craint donc visiblement pas cette concurrence potentielle étant donné les parts de marché encore disponible pour ce type de service dans l'hexagone.

Source : Communiqué de presse



REPUBLIQUE

Libéo gère aussi les encaissements

Gestion des dépenses professionnelles – France – 07/07/2022

Spécialiste de la gestion et du paiement des factures fournisseurs, la FinTech française [Libéo](#) s'est étendue au fil des années, autant [géographiquement](#) qu'en terme de déploiement de nouveaux services. Elle vient d'ailleurs de compléter son offre avec une solution d'encaissement qui lui permet désormais de gérer le paiement BtoB de bout en bout.

LES FAITS

- Libéo permettait jusqu'ici à ses entreprises clientes de gérer leurs factures fournisseurs en un seul endroit, de les payer en un clic et d'initier des paiements inter-entreprises sans avoir à renseigner leurs coordonnées bancaires. La plate-forme s'enrichit désormais de nouvelles fonctionnalités.
- Ces [fonctionnalités](#) sont principalement liées à la gestion de la relation client des entreprises utilisant les services de Libéo. Ces dernières ont donc désormais la possibilité de :
 - gérer leurs factures clients en un seul endroit,
 - d'automatiser la relance de leurs paiements,
 - d'accéder à un service de recouvrement,
 - d'automatiser le rapprochement bancaire.
- Le lancement de ce nouveau service était attendu dans la mesure où Libéo avait racheté le spécialiste du logiciel de facturation et de suivi d'encaissements [TrackPay](#) en juillet dernier.

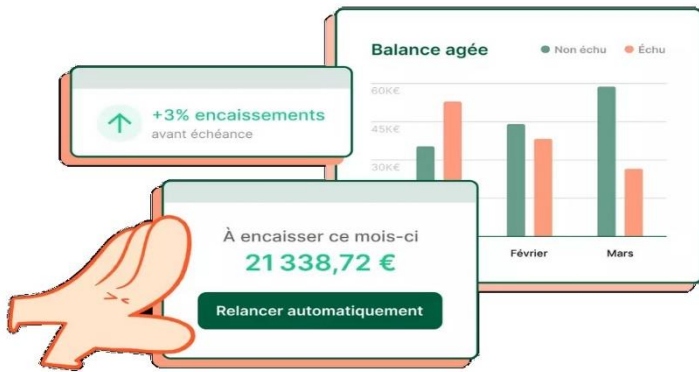
ENJEUX

- **Réduire les délais d'encaissements** : Le nouveau service de relance des factures clients permet, selon Libéo, de réduire le délai moyen d'encaissement des factures clients de 32 %.
- **Anticiper la réglementation** : Depuis le 1er janvier 2020, toutes les entreprises traitant avec le secteur public, quelle que soit leur taille, doivent transmettre leurs factures sous format électronique. Par ailleurs, toutes les entreprises établies en France auront l'obligation de recevoir des factures électroniques à partir du 1er juillet 2024. Et, Libéo précise que ces nouvelles fonctionnalités permettront aux entreprises de s'adapter aux nouvelles réglementations des pouvoirs publics.
- **Proposer une expérience complète** : Libéo se targue désormais de compter parmi les rares FinTechs européennes à pouvoir proposer une expérience de paiement complète, depuis le règlement des factures fournisseurs à l'encaissement des clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- Créée en 2019, Libéo compte désormais plus de 150 000 TPE/PME et cabinets de comptable clients à travers la France et le Royaume-Uni.

Source : [Communiqué de presse](#)



Open Banking

StellarFi renverse le credit scoring

Crédit – Etats-Unis – 07/07/2022

StellarFi se présente comme une société d'utilité publique fondée au Texas pour lutter contre la pauvreté. L'une de ses récentes initiatives repose sur le déploiement d'un système de scoring inversé, capable d'aider les américains les plus modestes à accéder au crédit. Un travail en partenariat avec les principaux organismes de scoring.

LES FAITS

- Le système développé par StellarFi repose sur un concept simple. L'entreprise se charge de transmettre aux principaux organismes de scoring américains (Experian, TransUnion et Equifax), des preuves de la bonne gestion financière des américains les plus modestes.
- Le paiement de leurs loyers, les services publics, d'énergie, de streaming ou autres factures représentent les preuves principales mises en avant par StellarFi.
- Concrètement, pour obtenir ces preuves, StellarFi se charge de payer les factures pour le compte de ses clients et se retourne ensuite vers eux pour obtenir leur remboursement. Si ces derniers règlent bien leur dette auprès de StellarFi, elle se charge ensuite de déclarer leur situation de bon payeur aux organismes de scoring officiels.
- Le système permet ainsi de créer un historique de paiement positif pour les Américains ne parvenant pas à obtenir un crédit via le système classique.
- Plus de 40 000 dossiers jusqu'ici en liste d'attente sont désormais traités par StellarFi, permettant à autant d'individus d'obtenir un crédit pour la première fois.
- Une application Web permet actuellement d'accéder au service, une application mobile sera déployée plus tard cette année.
- StellarFi est un service payant, proposé sous trois abonnements, dont les montants sont fixés entre 4,99 dollars et 19,99 dollars et qui permettent aux utilisateurs du service d'ajouter un nombre précis voir illimité de factures à prendre en charge en leur nom.

ENJEUX

- **Démocratiser le crédit** : 132 millions d'Américains ont actuellement un score de crédit médiocre ou n'ont pas de score de crédit. StellarFi a donc travaillé à intégrer de nouvelles données financières tout aussi rassurantes pour les organismes de crédit pour ouvrir leur système de scoring et intégrer davantage de personnes.
- **De l'avance de trésorerie pour les particuliers** : Les utilisateurs du service de StellarFi sont invités à rembourser leurs factures immédiatement à la société mais ont aussi la possibilité de retarder leur paiement entre 45 à 60 jours.
- **Revenir sur un paradoxe** : Le système historique de scoring crédit anglo-saxon repose sur un paradoxe, puisqu'il permet aux citoyens d'améliorer leur scoring au fil de leur remboursement de crédit. Pour obtenir un prêt, il faut donc être en mesure de justifier d'un statut de bon emprunteur.

MISE EN PERSPECTIVE

- La refonte des systèmes de scoring anglo-saxons est au coeur de l'actualité ces dernières années. Le géant des données et du scoring de crédit [Experian](#) présentait ainsi son service Experian Boost fin 2020 afin d'intégrer de nouvelles données permettant d'améliorer les scores.
- Parmi ces données, les factures d'énergie, de téléphonie, voire d'autres formes d'abonnements, comme Netflix ou Amazon Prime. Le service est aujourd'hui aussi proposé par StellarFi qui ajoute un système d'avance de trésorerie pour améliorer au maximum la situation financière de ses clients.

Source : [Communiqué de presse](#)



Tink présente son compte de règlement

Open Banking – Royaume-Uni – 25/07/2022

La start-up de l'open-banking d'origine suédoise, [Tink](#), tombée sous la coupe de [Visa](#) en juin 2021, vient d'annoncer le lancement d'un nouveau service visant à compléter son offre de paiement à destination des commerçants. Cette fois, il s'agit d'un compte de règlement devant notamment faciliter la gestion des remboursements.

LES FAITS

- La plate-forme d'open banking Tink vient donc d'annoncer le lancement de son nouveau compte de règlement. Destiné à ses clients commerçants, ce service devra leur permettre d'effectuer des remboursements plus facilement, dans le cadre d'une procédure d'automatisation et de rapprochement simplifié liée à leurs autres services Tink d'initiation de paiements.
- Au programme des fonctionnalités de ce compte de règlement :
 - une confirmation des paiements en temps réel,
 - des remboursements et des paiements instantanés,
 - des rapports automatisés.
- Techniquement, le service reposera sur la technologie de service d'initiation de paiement (PIS) de Tink et pourra être intégré grâce à une API.
- La FinTech compte d'ores et déjà un premier client pour sa nouvelle offre, [Solidi](#), une plate-forme spécialisée dans les échanges de crypto-actifs et l'un des premiers spécialistes cryptographiques approuvés par la Financial Conduct Authority (FCA) au Royaume-Uni.
- Cette nouvelle offre sera avant tout disponible pour les commerçants clients de Tink au Royaume-Uni. La société de Visa envisage par la suite de l'étendre plus largement en Europe, sans préciser pour l'instant quels pays seront concernés.

ENJEUX

- **Séduire les commerçants avec une offre complète** : Pour que le paiement par virement instantané s'impose, il doit couvrir l'ensemble des usages des paiements des commerçants, et particulièrement les remboursements. Tink poursuit le développement de nouveaux services avec l'objectif phare de présenter un panel complet de solutions pour faciliter au maximum la gestion des paiements de ses clients, particuliers et professionnels et de poursuivre l'ambition de Visa de préparer un monde "post-cartes".
- **Réduire les coûts** : Tink met en avant l'intérêt économique de sa solution permettant de réduire les frais généraux opérationnels de l'ensemble du cycle de paiement et notamment les coûts d'intégration grâce à la possibilité d'initier et de régler les paiements à l'aide d'une seule API plutôt que de plusieurs API de différents fournisseurs.

MISE EN PERSPECTIVE

- Avec son nouveau service, Tink renforce sa base de services destinés aux professionnels et aux commerçants. Mais plus encore, la FinTech fait la démonstration de son appétence à répondre aux besoins des spécialistes du marché des crypto-actifs, un marché d'avenir selon la majorité des observateurs.
- D'autant que, comme le souligne Solidi dans l'annonce de son association avec Tink, l'instantanéité des paiements représente un enjeu primordial, une obligation, dans le cadre de son activité.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement intégré

Raisin Bank se lance dans le paiement en Allemagne

Paiement – Allemagne – 01/07/2022

[Raisin Bank](#), la banque détenue par Raisin en Allemagne, vient d'annoncer le rachat de la division des services de paiement de Bankhaus August Lenz & Co. Cette étape stratégique lui permet d'intégrer une offre de paiement et de se lancer enfin sur ce marché pour compléter son offre de Banking-as-a-Service. Ce rachat lui permettra aussi de trouver de nouvelles sources de revenus et de consolider sa place en Europe.

LES FAITS

- Raisin Bank est le fruit du [rachat](#) en 2019 de MHB Bank. Cette opération a permis à Raisin de se doter d'une licence bancaire, lui ouvrant les portes de l'Europe pour proposer sa plateforme de Banking-as-a-Service à de nombreuses fintech.
- Ce rachat dans le domaine du paiement vient densifier son réseau en Allemagne et étoffer son offre, aussi bien dans le paiement électronique que dans le cash management.
- Cette nouvelle offre s'adressera aux acteurs du commerce : restaurants, stations-service, distributeurs ou encore gestionnaires de réseaux de DAB.
- Sur ce dernier point, ce rachat va notamment lui permettre de gérer un réseau de plus de 4 500 DAB en Allemagne, MHB Bank travaillant avec Euronet, NoteMachine et Prosegur par exemple.

■

ENJEUX

- **Se diversifier et renforcer sa position en Allemagne via le rachat d'une clientèle existante :** Raisin Bank est déjà présente sur de nombreux secteurs d'activité, comme par exemple le factoring ou le paiement fractionné et bien sûr l'épargne, le métier historique de sa maison-mère. Tout récemment, Raisin Bank a annoncé un partenariat avec la fintech Mondu, permettant à cette dernière de proposer son offre de Buy Now Pay Later en Europe. La diversification vers le paiement fait de Raisin Bank un acteur incontournable dans le Banking-as-a-Service et renforce encore la position de Raisin en Europe.
- **Enrichir ses sources de revenus :** le paiement étant un marché de volumes, Raisin Bank trouve ici une nouvelle source de revenus, qui vient consolider son modèle.

■

MISE EN PERSPECTIVE

- Raisin est désormais à la tête d'un groupe puissant, résultat d'une stratégie de rachats ([Deposit Solutions](#) et) et de partenariats. Il couvre à la fois :
 - l'épargne, en se faisant l'intermédiaire entre les épargnants européens et les offres d'épargne des banques européennes et américaines,
 - l'investissement, proposé en Allemagne sous la forme d'un robo-advisor, Raisin Invest, et d'un outil de prévoyance pour la retraite, Raisin Pension,

- et le [Banking-as-a-Service](#) dans le cloud, via son offre Raisin Bank.

Source : [Communiqué de presse](#)



Shopify payments lancé en France avec PayPal

Paiements – France – 05/07/2022

Le géant canadien de l'e-commerce [Shopify](#) vient d'annoncer la signature d'un partenariat avec le géant du paiement en ligne [PayPal](#). L'objectif ? Déployer son service de paiement [Shopify Payments](#) en France, afin d'étendre sa capacité à faciliter au maximum l'activité des e-commerçants sur la plate-forme.

LES FAITS

- Shopify propose aux e-commerçants opérant leurs activités sur sa plate-forme, un service d'acceptation de paiement adapté à son écosystème, baptisé Shopify Payments.
- Jusqu'ici, le service était disponible dans 17 pays à travers le monde, dont 3 pays européens : l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne. La France rejoint donc aujourd'hui cette liste.
- Pour étendre son service dans l'Hexagone, Shopify a opté pour un partenariat, avec PayPal. Le géant du paiement en ligne déploie sa propre technologie de paiement en marque blanche sur la plate-forme de Shopify.
- Tous les commerçants sont adressés par la solution, quels que soient leur taille et le volume de leur activité.

ENJEUX

- **Favoriser l'internationalisation des échanges** : Le principal avantage de Shopify payments concerne sa capacité à simplifier les échanges internationaux. Les e-commerçants français opérant sur Shopify pourront en effet utiliser le service pour gérer des paiements réalisés dans plus d'une centaine de devises différentes.
- **Proposer un outil global** : En optant pour Shopify payments, les e-commerçants auront par ailleurs accès à un outil global de gestion de leurs finances et de suivi de leurs commandes sur une seule et même interface.
- **Capter de nouvelles commissions** : En déployant Shopify payments, même si cela s'opère via un partenariat, le géant du e-commerce fait valoir une solution "maison" qui lui permet de reprendre la main sur une partie au moins des commissions de paiement enregistrées sur sa plate-forme, en se passant des intermédiaires comme Adyen ou Stripe.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'ambition de Shopify, s'agissant de répondre aux besoins grandissants des e-commerçants, représente un pré-requis pour le site de e-commerce et un moyen de gagner des parts de marché à travers le monde.
- L'extension de son service de paiement en France soutient cet objectif. Mais le groupe ne s'arrête pas là à l'international. Shopify vient ainsi de présenter une nouvelle offre BtoB à ses commerçants outre-atlantique. Baptisée simplement [B2B on Shopify](#), cette offre doit aider les commerçants à gérer leurs ventes à d'autres entreprises et non plus seulement aux particuliers, un segment en forte croissance.

Source : [Les Echos](#)

The dashboard features a top navigation bar with a logo on the left, a search bar labeled "Rechercher" in the center, and a user profile for "Helen B. My Work Space" on the right. The main content is divided into three sections: a sales summary, a payment information section, and a transactions list.

VENTES TOTALES
218 \$
8 commandes totales
Afficher le rapport >

TARIF 2,4% + 30c CAD
COMPTE BANCAIRE **** * 1234

ACCEPTER DES PAIEMENTS
[Icons for payment methods] Afficher les versements >

TRANSACTIONS

#1009	150 \$
#1010	180 \$
#1011	80,00 \$
#1012	120 \$
#1013	80,00 \$

Instagram permet de réaliser des achats via Messages Directs

Paiements – France – 25/07/2022

Le réseau social Instagram offre une nouvelle fonctionnalité à ses utilisateurs. Cette dernière ouvre la voie à une nouvelle forme de shopping et de paiement en ligne, via son chat intégré permettant d'échanger sur sa plate-forme. La filiale de [Meta](#) démontre ainsi l'intérêt de l'ensemble de son groupe pour la diversification de ses activités, en particulier en matière de e-commerce.

LES FAITS

- Instagram permet à ses membres d'échanger en privé dans le cadre de Messages Directs, son service de messagerie instantanée. Mais au-delà d'un simple espace de discussion, le service permettra désormais aussi aux utilisateurs américains d'Instagram de réaliser des achats.
- C'est le PDG et fondateur de Facebook (aujourd'hui Meta), Mark Zuckerberg, qui en a fait l'annonce sur le réseau social. Il précise ainsi dans un poste que les utilisateurs du service pourront désormais réaliser des achats directs sur le réseau, auprès des petites entreprises y disposant un compte professionnel.
- Les petits commerçants pourront ainsi échanger avec leurs clients dans le cadre de Messages Directs mais aussi leur faire parvenir un message les invitant à payer via [Meta Pay](#) pour obtenir leurs produits. Quelques clics suffiront alors pour valider la transaction.
- Ce même espace de Messages Directs créé entre le petit commerçant et son client permettra ensuite à ce dernier de suivre l'envoi de son produit jusqu'à réception.

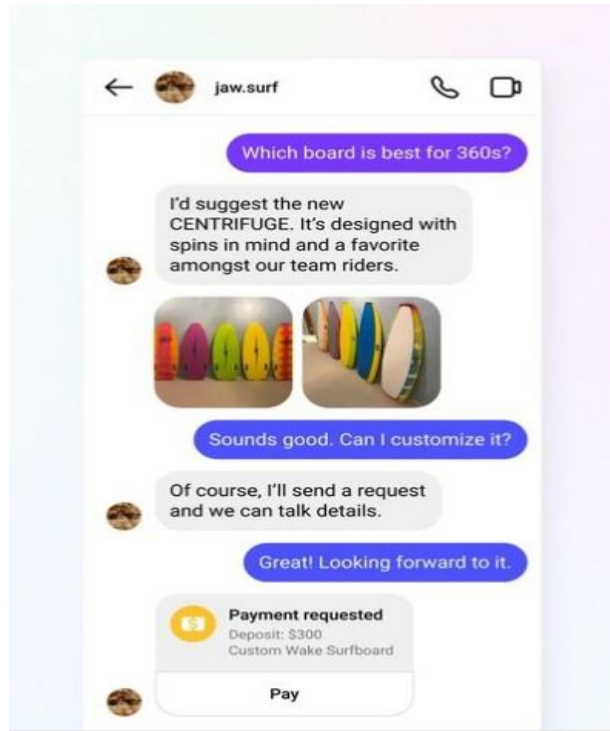
ENJEUX

- **Une expérience de plus en plus intégrée** : Le service prend en charge jusqu'au paiement afin de proposer une expérience intégrée de bout en bout. Il représente une évolution pour un service développé de longue date par le groupe Meta, au travers de ses [Facebook Shop](#) notamment.
- **Un nouvel usage pour Meta Pay** : Le lancement de cette nouvelle fonctionnalité permet au groupe Meta d'offrir à son service de paiement Meta Pay un nouvel espace d'utilisation et une nouvelle légitimité.

MISE EN PERSPECTIVE

- Meta travaille de longue date à sa réorganisation et à sa diversification vers le e-commerce. Plus qu'un réseau social, Facebook assume sa transition et affiche même ses ambitions dans le cadre d'un récent changement de nom. Passé à Meta, le groupe cherche en effet à s'imposer comme un nouvel espace numérique d'échanges au sens large, y compris commerciaux.
- Le groupe n'a par ailleurs jamais caché ses ambitions de s'imposer sur le marché du Social Commerce, via des initiatives variées notamment [menées](#) sur [Instagram](#) par le passé.

Source : [Site officiel](#)



Youtube intègre les achats avec Shopify

E-commerce – France – 25/07/2022

YouTube a décidé de lancer de nouvelles fonctionnalités d'achat, en partenariat avec Shopify, permettant à ses utilisateurs et aux créateurs de présenter leurs produits sur leurs propres chaînes.

LES FAITS

- Les créateurs éligibles peuvent désormais lier leur boutique Shopify à leur chaîne et permettre à leurs fans de réaliser leurs achats sans quitter leur chaîne YouTube.
- Grâce à ce partenariat, les créateurs peuvent afficher leurs produits directement sur leur chaîne et bénéficier de la synchronisation des stocks en temps réel de Shopify.
- Ces fonctionnalités sont accessibles depuis un nouvel onglet « Shopping » de YouTube Studio.
- Les créateurs éligibles auront également la possibilité de tagger leurs produits pour un meilleur référencement.
- Cette nouvelle fonctionnalité d'achat ne sera disponible, dans un premier temps, uniquement pour les utilisateurs aux États-Unis, en Inde et au Brésil. Mais, YouTube prévoit de déployer la destination shopping dans d'autres pays plus tard en 2022.

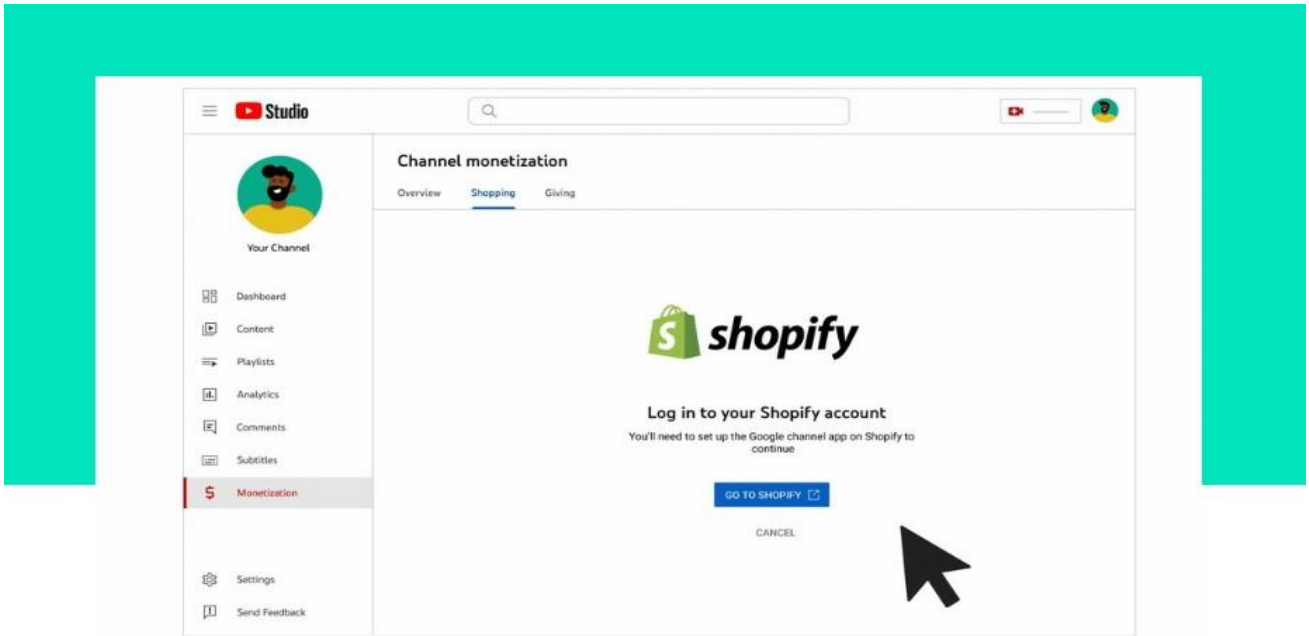
ENJEUX

- **Transformer le média en un véritable site de social commerce :** YouTube dit qu'il est conscient que les créateurs passent beaucoup de temps à développer leurs produits, il veut donc leur faciliter la gestion de leurs magasins sur YouTube et apporter leurs produits directement à leur public grâce à ces nouveaux outils. Le lancement des nouvelles fonctionnalités intervient alors que YouTube s'efforce de transformer sa plate-forme en une véritable vitrine de shopping avec des lancements de produits, des opérations de promotions payantes, ou, plus récemment, la possibilité de faire des achats directement à partir de flux en direct hébergés par des créateurs.
- **Profiter d'un effet de réseau :** Pour ces nouveaux médias que sont Facebook, YouTube, Instagram, TikTok., les créateurs sont un public cible particulièrement important, puisqu'ils sont générateurs de trafic. Ces médias redoublent donc d'attention pour satisfaire leurs attentes et les aider à monétiser cette audience. En nouant ce partenariat avec YouTube, entend également profiter d'un effet réseau puisque chaque créateur apporterait sa propre base de fans sur son espace Shopify.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le géant canadien de l'e-commerce [Shopify](#) vient d'annoncer la signature d'un partenariat avec le géant du paiement en ligne PayPal pour déployer son service de paiement Shopify Payments en France.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paieement fractionné

Finfrog lève des fonds pour soutenir son offre de microcrédit

Micro-prêts – France – 05807/2022

La FinTech de micro-prêt entre particuliers [Finfrog](#) vient d'annoncer une levée de fonds d'importance, six ans après avoir fait son entrée sur le marché du microcrédit français. Sa proposition d'alternative aux découverts [attire](#) toujours plus d'emprunteurs, mais aussi d'investisseurs, et poursuit ainsi son développement.

LES FAITS

- Finfrog vient donc d'annoncer avoir réalisé une levée de fonds de 30 millions d'euros divisée en deux parties, 10 millions en capital et 20 millions sous la forme de dette.
- Les offres de micro-crédit de Finfrog sont proposées pour des montants fixés entre 100 à 600 euros et sont remboursables sur 10 mois maximum.
- Forte de sa levée de fonds, Finfrog envisage néanmoins de faire légèrement évoluer son offre en proposant des prêts allant jusqu'à 1 000 euros.
- Finfrog finance majoritairement des imprévus (panne de voiture ou d'électroménager), et de petits projets du quotidien tels que des rénovations d'habitat par exemple.

ENJEUX

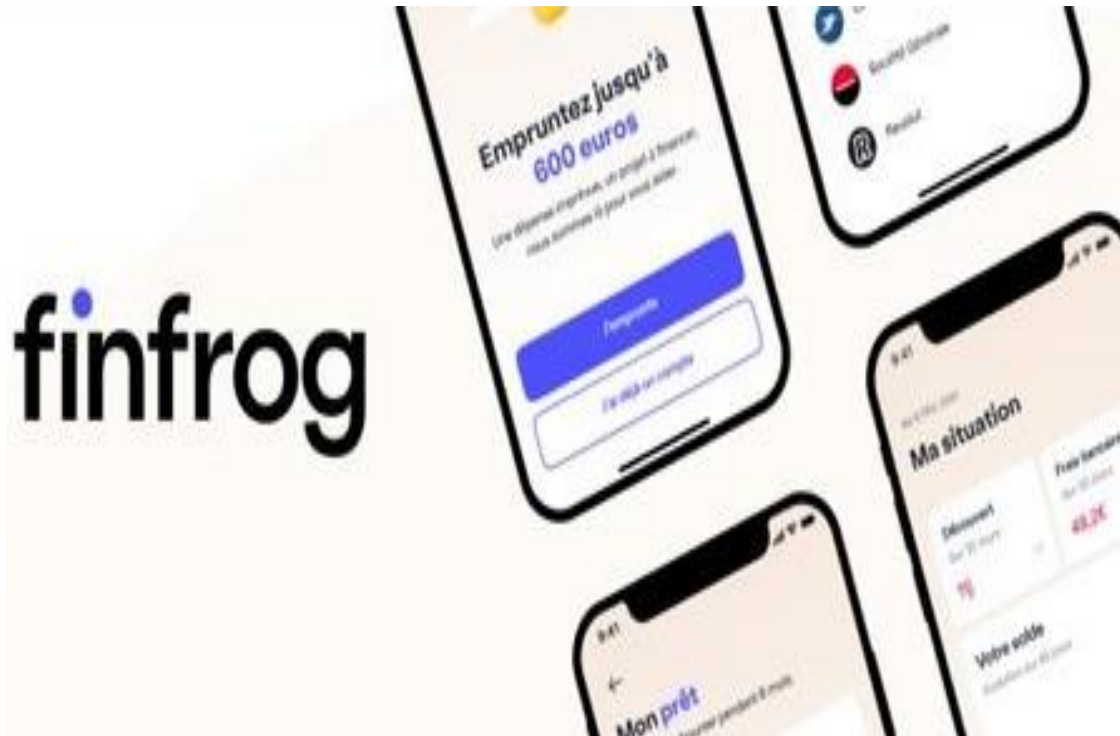
- **Etendre son offre de base** : Finfrog faisait un choix stratégique lié à l'actualité en août dernier, en s'[installant](#) sur le marché du paiement fractionné. Elle a aussi développé une fonctionnalité de virement instantané sans surcoût pour délivrer ses fonds en moins de 5 minutes dans 80 % des cas. La FinTech entend mobiliser ses nouveaux fonds pour faire évoluer son cœur de métier et pour imaginer de nouvelles offres, sans en préciser les contours pour le moment.
- **Recruter** : Pour cela, Finfrog compte notamment sur un enrichissement de ses équipes. Elle envisage ainsi de passer de 25 à 40 salariés d'ici la fin d'année. De quoi, aussi, l'aider à gagner de nouvelles parts sur le marché du micro-crédit.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon une étude Panorabanques réalisée fin 2021, 46 % des Français ont déclarés avoir été à découvert au moins une fois dans le courant de l'année dernière. 19 % auraient même été confronté à cette situation chaque mois.
- Et la situation pourrait encore empirer, alors que l'inflation pose de nouvelles difficultés aux Français en matière de pouvoir d'achat. Finfrog table donc sur ses nouveaux fonds pour consolider ses positions sur un marché qui s'avère porteur. La FinTech précise d'ailleurs avoir accordé près de 40 millions d'euros de micro-crédits en 2021 en France.
- Plus largement, FinFrog estime avoir servi près de 300 000 clients gagnant moins de 2 000 euros net par mois (38 millions de Français seraient concernés) depuis son lancement. 3 % des emprunteurs Finfrog ne parviennent pas à honorer leurs échéances selon la FinTech. Dans ce cas, les équipes Finfrog contacte l'emprunteur pour modifier sa date de prélèvement et favoriser ses remboursements.

- Ce système de fonctionnement permet aujourd'hui à Finfrog d'être à l'équilibre et de viser un prochain seuil de rentabilité.

Source : [Les Echos](#)



Nouvel acteur du paiement BtoB, Hero lève des fonds

Financement – France – 22/07/2022

En dépit d'une concurrence toujours plus féroce sur le marché de la FinTech, certains nouveaux acteurs parviennent tout de même à tirer leur épingle du jeu. C'est le cas de la jeune start-up parisienne Hero qui cherche à imposer son propre modèle de paiement BtoB sur la scène financière française. Elle propose une offre paramétrable surfant sur les tendances actuelles du BNPL et du paiement différé pour convaincre.

LES FAITS

- [Hero](#) était lancée en France fin 2021. La start-up adresse son offre aux TPE et PME françaises en leur proposant des solutions de paiement BtoB variées de paiement comptant, différé (entre 30 et 60 jours) ou en plusieurs fois (3 ou 4 fois plus précisément).
- Hero table sur un modèle classique d'initiation de paiement permettant aux entreprises de générer un lien de paiement à envoyer à leurs clients pour les aider à payer en ligne, en quelques clics.
- La start-up prélève 1 à 4 % de commission sur chaque opération pour se rémunérer. Elle compte actuellement 200 clients et aurait pris en charge quelques 10 000 paiements. Elle afficherait par ailleurs une croissance de 30 % par mois.
- Afin d'assurer le déploiement de son offre, elle vient de réaliser une levée de fonds en Série A pour un montant de 7,4 millions d'euros en actions et 5 millions d'euros en dette auprès d'Avellinia Capital, Pava Ventures, embedded/capital, Rapyd Ventures et d'autres Business Angels.

ENJEUX

- **Allier le meilleur des offres** : Pour s'imposer face à des concurrents installés tels que [Defacto](#) ou [Libeo](#), Hero mise sur un positionnement alternatif capable de proposer les offres des uns et des autres (soit une solution de paiement directe telle que celle de Libeo et une offre de paiement fractionné à l'image de Defacto).
- **Tableur sur un marché au fort potentiel** : Le marché des paiements des entreprises a atteint 942 milliards de dollars en 2021 et devrait passer la barre des 1 500 milliards en 2027 à l'échelle mondiale.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'Observatoire de la FinTech constatait, lors de son dernier [rapport](#) sur le premier semestre 2022, un repositionnement des investisseurs de la FinTech et une modification de leur stratégie. La conjoncture plus incertaine aura modifié les habitudes prises ces dernières années, avec des levés de fonds accordées davantage aux plus jeunes acteurs, pour des montants inférieurs qu'à l'accoutumé.
- 66 opérations de levées de fonds ont ainsi été réalisées au premier semestre 2022, contre 56 en à la même période en 2021, pour un montant total de 1,4 milliards d'euros contre 1,3 l'année précédente. L'investissement moyen, à 21 millions d'euros, est néanmoins en baisse de 28 %. Les investisseurs misent donc en effet davantage sur les jeunes sociétés, dont les opérations de financements en amorçage ou en Série A suscitent moins de fonds.
- Et la récente levée de fonds de Hero s'inscrit totalement dans la poursuite de cette tendance sur le second semestre 2022.

Source : [Les Echos](#)



Deutsche Bank fait son entrée sur le marché BNPL

BNPL – Allemagne – 28/07/2022

Alors que le marché du BNPL traverse sa première crise, la banque allemande dévoile une solution BNPL qui vise les commerçants en ligne et des places de marché avec une intégration facile et non-intrusive et qui signe son retour dans l'activité des paiements.

LES FAITS

- Deutsche Bank s'est associée à la fintech autrichienne Credi2 pour développer sa solution BNPL en marque blanche pour les achats sur facture et à tempérament.
- Deutsche Bank a l'intention de commencer un projet pilote de la nouvelle solution BNPL cette année.
- Au sein de Deutsche Bank, le projet BNPL est piloté par l'unité « Merchant Solutions », un département des Services de paiement, qui a été réactivée l'année dernière et qui fait partie de l'activité de clientèle d'entreprise.
- La solution sera proposée en marque blanche et en marque propre pour les commerçants en ligne et les places de marché de commerce électronique en Allemagne.
- Deutsche Bank évalue le risque de non-paiement et de fraude en temps réel et inclut les créances découlant du contrat de vente respectif dans son propre portefeuille de risques.
- Elle pourra être intégrée de manière flexible dans le processus de paiement.

ENJEUX

- **Ne pas interférer dans la relation client :** Pour se distinguer des autres acteurs déjà présents sur le marché comme Klarna qui se positionne comme le principal point de contact avec les clients, Deutsche Bank propose une offre en marque blanche. Les commerçants peuvent offrir cette solution de paiement sous leur propre marque, ce qui garantit la fidélisation de la clientèle et augmente les ventes. Deutsche Bank veut s'imposer comme le principal partenaire de paiement de ses entreprises clientes, c'est-à-dire redevenir une véritable banque « acquéreuse ».
- **Un enjeu de timing :** Alors que le marché BNPL traverse actuellement une période de turbulence avec notamment la baisse de valorisation des principaux acteurs du marché, la banque fait le pari que c'est davantage le modèle économique *de ces acteurs qui est problématique plus que le BNPL lui-même*. En outre, les banques traditionnelles peuvent spéculer sur le fait que la réglementation et la hausse des taux d'intérêt pourraient favoriser les acteurs bancaires traditionnels à moyen terme.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'achat de factures est l'un des moyens de paiement dominants en Allemagne depuis des décennies. Il s'est fermement imposé parmi les 3 premiers modes de paiement en termes de nombre de transactions dans le commerce électronique, aux côtés des paiements par wallet et des prélèvements automatiques.
- En Allemagne, où le paysage bancaire est assez fragmenté, les banques locales n'ont pas investi le marché du BNPL. La banque Santander qui dispose d'une activité de Consumer Finance en Allemagne

a lancé son offre [Zinia](#), une solution BNPL apparemment assez réussie, avec 2,5 millions de clients, elle prévoit de s'étendre en Europe.

- Des institutions financières, telles que la « Magerkurth-Volksbank » ou la Hamburg Varentgold Bank, agissent en tant que refinanceurs pour des fournisseurs BNPL tels que Billie ou Ratepay.

Source : [Communiqué de presse](#)



[credi2]

TPE, Encaissement

Retour d'expérience : SumUp fête ses 10 ans avec une levée de fonds d'ampleur

Stratégie d'acteur – France – 12/07/2022

La FinTech [SumUp](#), spécialisée dans l'encaissement mobile des petits professionnels, vient de fêter ses 10 ans d'existence. Un cap important, qui lui permet de faire le point sur son développement mais aussi d'assurer une importante levée de fonds pour soutenir ses projets d'avenir.

LES FAITS

- SumUp vient donc de lever près de 590 millions d'euros auprès de Bain Capital Tech Opportunities, avec la participation de fonds gérés par BlackRock, btov Partners, Centerbridge, Crestline, Fin Capital ou encore Sentinel Dome Partners.
- Cette levée de fonds permet à la FinTech d'atteindre une valorisation estimée à 8 milliards d'euros. Elle aura levé, au total sur ses 10 ans d'existence, près de 1,5 milliards d'euros.
- SumUp compte par ailleurs plus de 4 millions d'entreprises clientes dans le monde auxquelles elle propose désormais de nombreux services au sein de sa "Super App" financière :
 - un compte et une carte d'entreprise gratuits,
 - une boutique en ligne,
 - une solution de facturation,
 - de services d'encaissement et caisses enregistreuses.

ENJEUX

- **Soutenir sa croissance** : La crise sanitaire mondiale n'aura pas freiné les ambitions de déploiement de SumUp qui assure avoir enregistré une croissance de 60 % pendant cette période.
- **Développer de nouveaux services** : Forte de cette croissance et de sa récente levée de fonds, SumUp précise vouloir désormais accélérer le développement de ses services, sans donner plus de détail pour le moment.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'annonce de cette nouvelle levée de fonds de SumUp est une bouffée d'air pour la FinTech qui, malgré sa croissance soutenue, subit désormais les effets d'une conjoncture défavorable liés à l'inflation et à la chute des valeurs technologiques. SumUp était ainsi valorisée 20 milliards d'euros en début d'année, contre "seulement" 8 aujourd'hui.
- SumUp n'est d'ailleurs pas la FinTech internationale la plus impactée par cette situation. [Klarna](#) vient de faire la Une de l'actualité en ayant vu sa valorisation chuter de 85 %, passant de 45,6 milliards de dollars l'an dernier à 6,5 milliards de dollars. Elle cherche actuellement à lever de nouveaux fonds après avoir

annoncé une perte d'exploitation de 748 millions de dollars et un plan de suppression de 700 postes (environ 10 % de ses effectifs).

Source : [Communiqué de presse](#)



Revolut présente une nouvelle offre d'encaissement mobile

Encaissement – Europe – 13/07/2022

La néo-banque en ligne [Revolut](#) proposera désormais à ses clients professionnels une solution d'encaissement présentée comme facile et pratique. Elle repose sur un dongle et doit aider la néo-banque à conquérir un nouveau marché tout en enrichissant ses offres pour ses clients.

LES FAITS

- C'est l'entité Revolut Business qui proposera désormais [Revolut Reader](#), la nouvelle offre d'encaissement de la néo-banque.
- Le service sera avant tout disponible au Royaume-Uni et en Irlande.
- Il est destiné aux commerçants pour les aider à accepter les paiements en situation de mobilité. Il prend en effet la forme d'un simple petit boîtier ultra portable permettant d'accepter les paiements par cartes, y compris en mode sans contact. Les wallets mobiles supportant des cartes sont ainsi acceptés.
- Le terminal de paiement est facile à utiliser et à configurer depuis une application mobile dédiée. Une fois relié à un smartphone ou à une tablette, le Revolut Reader permet à ses utilisateurs d'accepter des paiements et de les recevoir directement (en 24 heures) sur leur compte Revolut Business associé.
- Côté tarif, Revolut défend une approche compétitive avec des frais de 0,8 % +0.02 livre par transaction, et un tarif dégressif mais toujours fixe pour les entreprises traitant de gros volume.

ENJEUX

- **Conquérir un nouveau marché** : L'avènement des systèmes d'encaissements mobiles et pratiques aura permis à des néo-acteurs disruptifs de se positionner sur un marché dominé auparavant par un petit nombre de grandes entreprises. Or, depuis [Square](#) (rebaptisé [Block](#)), les offres alternatives se sont multipliés et un nombre grandissant d'acteurs se positionnent désormais avec des offres maison. Derniers exemples en date, avec Libéo ou même [Apple](#) par exemple. Revolut peut donc largement justifier d'une certaine légitimité pour se lancer à son tour sur ce marché.
- **Poursuivre sa diversification** : Revolut propose actuellement des services de [paiement](#), d'[assurances](#), de comptes d'[épargne](#) et de [trading](#), mais c'est aussi lancé depuis peu sur le marché de la [finance décentralisée](#) et du [BNPL](#). Le lancement de son offre d'encaissement représente ainsi une nouvelle étape dans cette stratégie de multiplication des services.

MISE EN PERSPECTIVE

- Avec 18 millions de clients particuliers et plus de 500 000 clients professionnels, Revolut consolide aujourd'hui sa position d'acteur alternatif des services financiers pour les particuliers et les professionnels.
- Ses ambitions sont toujours grandes, en illustre son important dynamisme ces derniers mois. Et les choses ne devraient pas s'arrêter là pour la néo-banque qui vient par ailleurs de signer un partenariat avec une autre FinTech de renom, Stripe. Ce partenariat devra permettre à Revolut d'utiliser l'API de Stripe pour

développer des services de paiements en ligne. De quoi démontrer encore un peu plus son grand appétit pour les offres d'encaissement.

Source : [Communiqué de presse](#)



FDJ se renforce dans les services de paiement

Stratégie d'acteur – France – 04/07/2022

La Française de Jeux, leader français des jeux d'argent entend profiter de son positionnement idéal auprès des buralistes pour développer une nouvelle activité de paiement des factures du service publique et d'autres factures du quotidien. Le rachat d'Aleda devrait lui permettre d'accélérer cette stratégie de diversification.

LES FAITS

- La FDJ a publié un communiqué au sujet de son entrée en négociation exclusive avec Aleda, l'éditeur de logiciels (créé en 2005), qui propose notamment les caisses enregistreuses Kaseo.
- Aleda est un spécialiste des solutions d'encaissement des commerces de proximité (bars-tabacs, maisons de la presse, etc) et les services de paiements dématérialisés (recharges téléphoniques, cartes bancaires prépayées, transferts d'argent, etc).
- Aleda compte près de 100 collaborateurs en France, répartis sur les sites de Limoges, Challans et Montpellier.
- Via son entité dénommée FDJ Services, l'opérateur de jeux d'argent surfe sur le succès du service "Paiement de proximité" développé pour le compte de la Direction Générale des Finances Publiques (DGFIP) en partenariat avec la Confédération des Buralistes.
- Bilan de cette première expérience :
 - 6 700 communes françaises couvertes
 - 13 400 buralistes agréés au 31 décembre 2021
 - 2,5 millions d'opérations de paiement des factures publiques.

ENJEUX

- **Diversifier son activité** : Cette acquisition confirme la volonté de FDJ de développer son activité de paiement et de services. En 2021, cette branche représentait seulement 2,8% de son chiffre d'affaires. Et conforte l'engagement du Groupe d'accompagner les commerçants en leur proposant des services à valeur ajoutée d'aide à la gestion et au développement de leurs points de vente.
- **Adresser la problématique de la fracture numérique** : Selon une étude réalisée par Harris Interactive*, 20% des Français - soit 6 millions de foyers - ne sont pas prélevés pour leurs factures du quotidien. 56% craignent de subir une fraude lors d'un paiement sur Internet et 1 Français sur 4 juge défavorablement la dématérialisation des moyens de paiement. Face à ce constat et l'enjeu colossal que représente le recouvrement des factures pour les entreprises, ce nouveau service prochainement disponible pourrait représenter une solution intéressante.
- **Profiter d'un maillage territorial important** : Avec la fermeture des agences bancaires, le réseau des buralistes apporte une solution intéressante aux usagers pour de nombreux services bancaires tels que l'externalisation des encaissements de leurs factures.

MISE EN PERSPECTIVE

- C'est la seconde tentative de la FDJ de racheter un opérateur de terminaux de points de vente, après celle de Bimedia, qui avait été refusée par l'Autorité de la concurrence française en août 2020.
- Lors de son introduction en Bourse en 2019, la Française des jeux a versé 380 millions d'euros à l'État pour bénéficier du monopole des jeux pour une durée de vingt-cinq ans. La Commission européenne doit vérifier si ce montant est juste. S'il est insuffisant, l'addition pourrait être salée. Selon Citigroup, FDJ pourrait devoir payer 1,06 milliard d'euros de plus que la somme versée initialement.

Source : [Communiqué de presse](#)

Aleda[®]



Stratégie d'acteurs

Pumpkin abandonnée par Crédit Mutuel Arkéa

Stratégie d'acteur – France – 04/07/2022

Crédit Mutuel Arkéa continue de faire le ménage pour revenir sur sa stratégie des années 2010, tournée vers la construction d'un groupe avec des FinTechs. Après avoir [revendu Budget Insight](#), puis [Leetchi](#) et [MangoPay](#), le groupe serait sur le point d'abandonner [Pumpkin](#), son [application](#) de remboursement entre amis. Cette fois, nulle question de rachat, les activités de la FinTech devraient tout simplement cesser.

LES FAITS

- Si le groupe n'a pas encore officialisé sa décision, il travaillerait effectivement sur une cessation d'activité pour Pumpkin, prévue d'ici la fin d'année, faute de repreneur.
- Les services de la FinTech spécialisée dans le paiement entre particuliers devraient ainsi être progressivement arrêtés.
- 56 postes devraient ainsi être supprimés, mais les salariés de Pumpkin concernés seront invités à rejoindre le groupe mutualiste via des propositions d'emplois adaptés à leur profil.
- Les raisons de cet abandon sont clairement identifiées : elles sont économiques. En dépit de sa communauté de 1,6 millions d'utilisateurs, Pumpkin n'a pas atteint la taille critique lui permettant de développer un modèle économique pérenne.

■

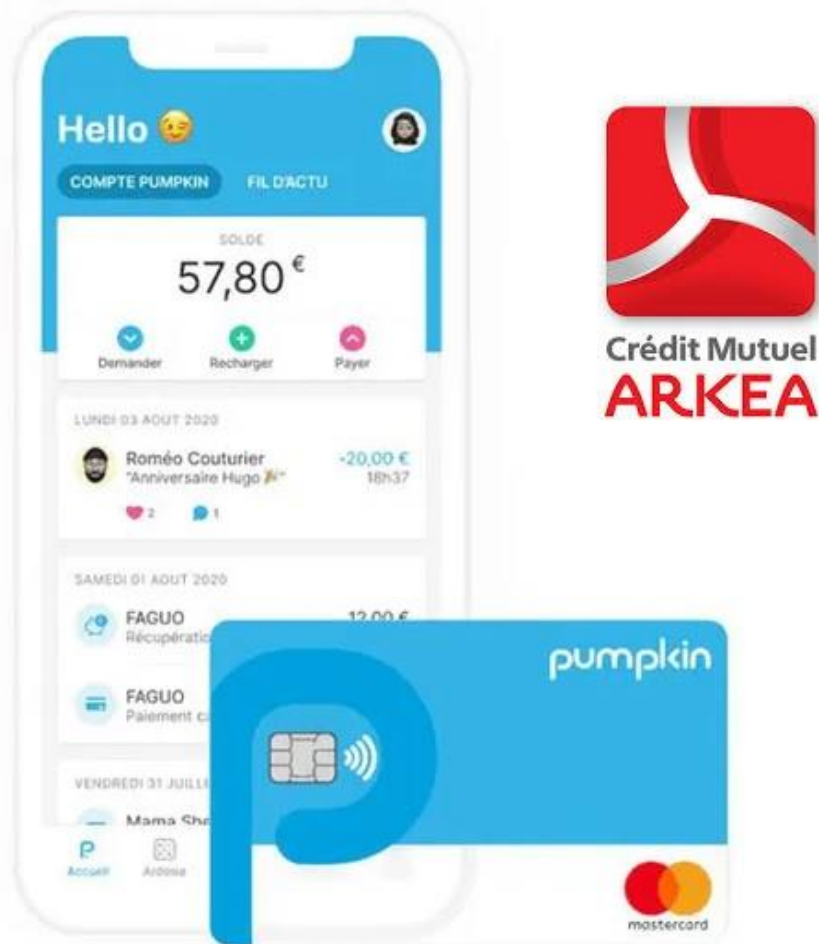
ENJEUX

- **Un projet de profonde réorganisation** : Cette décision d'arrêt de Pumpkin illustre une nouvelle étape de la stratégie globale du groupe Crédit Mutuel Arkéa s'agissant de revenir sur son modèle de co-construction avec des FinTechs. Le groupe avait en effet été particulièrement gourmand dans les années 2010, en rachetant tour à tour [Leetchi](#), [Grisbee](#), [Linxo](#), [Younited Credit](#), [Pytheas Capital Advisors](#), [Yomoni](#) et [Budget Insight](#). Mais le groupe s'est finalement engagé dans une profonde restructuration de son portefeuille FinTech il y a quelques mois. Les annonces se suivent donc pour les anciennes acquisitions du groupe ; [Budget Insight](#), [Leetchi](#) et [MangoPay](#) ont ainsi subi des sorts similaires
- **Un aveu d'échec** : L'objectif de Crédit Mutuel Arkéa était, à l'époque, de bâtir un groupe ultra-innovant, réactif et d'avant-garde, s'est finalement confronté à des réalités financières et un problème récurrent de rentabilité pour des modèles immatures.

MISE EN PERSPECTIVE

- Concurrentes ou alliées, la relation entre les banques traditionnelles et les FinTech s'est longtemps cherchée. Le grand appétit de Crédit Mutuel Arkéa vis à vis de ces acteurs disruptifs n'aura finalement pas porté ses fruits, le modèle de super croissance des FinTechs, en dépit de la profitabilité, ayant fini par éroder les bonnes volontés.
- Reste à savoir comment Crédit Mutuel souhaite gérer sa FinTech maison Aumax pour moi. [Lancée](#) en 2017, Aumax pour moi se tournait notamment vers une offre [premium](#) en février 2021 afin d'aider le groupe à explorer différents business models.

Source : [Les Echos](#)



L'action du Comité national des paiements scripturaux porte ses fruits

Paielement – France – 11/07/2022

Le Comité national des paiements scripturaux ([CNPS](#)), fait un point d'étape concernant la mise en oeuvre de la stratégie nationale des paiements en France. Un premier bilan à mi-parcours alors que ce plan a débuté en 2019 et doit se terminer en 2024. Les résultats sont estimés positifs, portés par un contexte propice.

LES FAITS

- Le CNPS a fait un point d'étape sur la mise en oeuvre de la stratégie nationale des paiements scripturaux pour 2019-2024 et sur les objectifs et priorités de la seconde phase de ce plan qui s'amorce.
- Le résultat est présenté comme largement positif, alors que plus de la moitié des 56 actions définies par ce plan stratégique ont déjà été réalisées.
- Le CNPS souligne par ailleurs ses efforts sur les points phares de cette stratégie, en lien avec l'actualité des paiements, et qui concernent :
 - le virement instantané, alors que plus de 25 millions d'utilisateurs de l'offre interbancaire de Paylib peuvent actuellement payer entre particuliers de manière instantanée,
 - le paiement sans contact, porté par la crise sanitaire, et qui a connu une augmentation des usages de 35 % sur la dernière année. Plus de la moitié des paiements par carte en situation de proximité sont actuellement réalisés en mode sans contact,
 - l'Open Payment, qui poursuit son déploiement et compte actuellement une vingtaine de villes équipées en France,
 - l'Open Banking, qui permet aujourd'hui à une grande majorité d'acteurs du marché de proposer des solutions innovantes associées à des services à valeur ajoutée,
 - et enfin la dématérialisation des factures, qui deviendra une obligation d'ici 2026.

ENJEUX

- Bien que sa stratégie soit toujours en cours de déploiement, les menaces externes, comme l'annonce du déploiement d'un euro numérique par [Circle](#) par exemple, poussent le CNPS à faire aujourd'hui la démonstration de l'impact pourtant concret de ses actions sur l'évolution du paiement en France.
- Créé en avril 2015, le Comité national des paiements scripturaux défend pour principal objectif de **coordonner la mise en oeuvre de la stratégie française sur les moyens de paiement**. Présidé par la Banque de France, il est cogéré par la Fédération bancaire française et l'Association française des trésoriers d'entreprises. Ces derniers peuvent ainsi, aujourd'hui, justifier de leurs engagements en matière de refonte des moyens de paiements et, surtout, d'intégration des nouvelles technologies dans les processus, sans pour autant souligner leur ambition de remplacer totalement le cash à long terme.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les avancées constatées actuellement par le CNPS font écho à d'autres initiatives menées actuellement plus largement par la Banque de France. En avril par exemple, l'institution s'engageait en faveur de la démocratisation du [virement instantané](#).

- La question de la souveraineté européenne sur le marché du paiement est plus que jamais au cœur des préoccupations. Et les innovations en matière de paiement représentent autant une menace que des opportunités pour les principales instances qui doivent assurer la transition des offres à l'échelle nationale et européenne.

Source : [Communiqué de presse](#)



BPCE entre au capital de Swile

Stratégie d'acteur – France – 15/07/2022

Swile, licorne française spécialisée dans les avantages salariés et le groupe bancaire BPCE ont annoncé être entrés en négociation exclusive en vue d'un rapprochement de leurs activités. C'est donc une double opération qui verrait la marque Bimpli (ex-Apetiz) s'effacer au profit de Swile et BPCE entrer au capital de la fintech.

LES FAITS

- La start-up créée en 2017 par Loïc Soubeyrand (ex-Teads) est devenue une [licorne](#) en octobre dernier suite à un investissement de Softbank.
- A l'issue de cette opération, Swile détiendrait 100 % de Bimpli et le Groupe BPCE deviendrait le premier actionnaire de Swile avec une participation à hauteur de 22 %.
- Au total, il générerait un revenu annuel récurrent de 140 millions d'euros en 2022, avec un objectif de rentabilité en 2024.
- Ce projet reste soumis à l'approbation des instances représentatives du personnel ainsi qu'aux autorités réglementaires et devrait être validé avant la fin d'année.

ENJEUX

- **Un mariage fondé sur la complémentarité** : En termes de profils de clients, d'abord, le nouvel ensemble couvrira tous les types d'entreprises : TPE/PME, grands comptes et secteur public. Mais, également sur leur approche. Swile est une super app avec un focus fort sur la digitalisation, alors que Bimpli a fait de la diversité des activités couvertes son point fort.
- **Une ambition internationale** : Ce projet permettrait à Swile d'être particulièrement bien placé pour saisir les opportunités de développement notamment au Brésil, premier marché des avantages salariaux et de l'engagement collaborateur.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le rachat d'une entité d'un grand groupe par une start-up est un fait très rare. L'acquisition de Sygma, filiale de BNP Paribas, par la start-up Wynd (logiciel d'encaissement en magasin) avait marqué l'écosystème de la French Tech en 2021.
- Ce nouvel ensemble regroupera 5 millions de salariés utilisateurs répartis dans 75.000 entreprises. Ce qui le place encore loin derrière d'Edenred (50 millions d'utilisateurs dans le monde) et Up (24 millions).

Source : [Communiqué de presse](#)



Bridge réalise une nouvelle levée de fonds, auprès de BPCE

Investissements – France – 15/07/2022

La banque française [BPCE](#) renouvelle aujourd'hui son soutien financier à [Bridge](#), l'ex activité BtoB de [Bankin'](#). Encore une fois, elle s'est associée à Truffle Capital pour organiser cette levée de fonds qui intervient comme une confirmation de leur ambition commune à prendre le virage du paiement par virement.

LES FAITS

- Référence européenne de l'Open Banking avec ses plus de 200 institutions financières européennes connectées, Bridge suscite une nouvelle fois les investissements de Truffle Capital, mais aussi, pour une part minoritaire, de la banque française BPCE via BPCE Digital & Payments.
- Il est cette fois question de 20 millions d'euros qui devront aider Bridge à :
- poursuivre le développement de ses solutions de paiement, notamment en matière de paiements compte à compte,
- accélérer son développement en Europe (et couvrir 7 nouveaux pays d'ici la fin de 2022 à savoir l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, l'Italie, les Pays-Bas, le Portugal et le Royaume-Uni),
- renforcer sa position de leader de l'Open Banking en France, et plus particulièrement ses solutions d'agrégation bancaire et d'enrichissement des données,
- conquérir de nouveaux segments de marché.
- Bridge prévoit pour cela de recruter 40 nouveaux profils dans les prochains mois, pour renforcer son équipe actuelle composée de 60 collaborateurs.

ENJEUX

- **Poursuivre sur sa lancée** : [BPCE et Truffle Capital](#) investissaient une première fois dans [Bridge](#) pas plus tard qu'en mars dernier. A l'époque, leur engagement commun menait à la scission de Bridge et de Bankin', Casino devenant le propriétaire exclusif de ce dernier.
- **Confirmer ses ambitions stratégiques** : La première salve d'investissements consentis par BPCE et Truffle Capital dans Bridge permettait d'illustrer leur intérêt pour l'initiation de paiement, premier cas d'usage envisagé grâce aux compétences de Bridge. Aujourd'hui, leur nouvel investissement précise encore un peu plus que cette ambition est devenue une priorité pour la banque française notamment, dans un contexte de renouvellement pour les services de paiement.

MISE EN PERSPECTIVE

- La [Banque de France](#) elle-même travaille actuellement à l'accélération des paiements scripturaux et en particulier, à l'adoption massive du [virement instantané](#), dans une tentative de faire oublier l'échec d'EPI et de préserver la souveraineté européenne sur le marché du paiement.
- Cet engagement s'accompagne, par ailleurs, de l'adoption des institutions financières françaises de solutions d'avant-garde telle que le Request-to-Pay. La [DGFIP](#) travaillerait en effet actuellement à la création de lien de virement instantané, basé sur le système de demande de paiement du [request-to-pay](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Qonto prête à s'offrir un concurrent allemand

Stratégie d'acteur – Europe – 22/07/2022

La néo-banque française des professionnels [Qonto](#) surfe décidément sur sa success story. Forte de son statut de licorne française la plus [valorisée](#), elle cherche désormais à s'imposer comme un leader européen. Elle couvre pour cela 4 marchés actuellement, dont l'Allemagne où elle envisage de s'offrir l'un de ses principaux concurrents.

LES FAITS

- L'information vient d'être confirmée par les principaux intéressés, après plusieurs jours de rumeurs. Qonto a signé un contrat d'acquisition d'actions ferme pour racheter Penta.
- Pour rappel, [Penta](#) est un spécialiste des services financiers à destination des entreprises. Son positionnement BtoB est donc le même que celui de Qonto, faisant des deux acteurs des concurrents directs.
- Les investisseurs de Penta (HV Capital, le start-up studio Finleap, ABN Amro Ventures...) deviennent ainsi ceux de Qonto.
- Son rachat par Qonto devrait représenter plusieurs dizaines de millions d'euros, sans que le montant n'ait été confirmé.
- Concernant particulièrement la marque Penta, elle disparaîtra au profit de celle de Qonto qui souhaite s'imposer comme une marque forte unique sur le territoire européen.

ENJEUX

- **Accélérer son expansion en Allemagne:** Si en France, Qonto s'est imposée comme une référence de son marché, son rachat de Penta pourrait aussi lui permettre de devenir le premier fournisseur de services financiers destinés aux professionnels du marché allemand tout en se délestant de son plus grand concurrent local.
- **S'offrir un partenaire rentable :** Penta comptait 40 000 clients en fin d'année 2021. Un chiffre relativement important, mais qui permettait néanmoins à la FinTech de réaliser un chiffre d'affaires mensuel de près de 600 000 euros.
- **Consolider leur business dans une période de cycle baissier :** Alors que les investisseurs sont plus méfiants, l'une des solutions pour continuer à grossir passe par le rachat. Si Penta est le premier investissement de la licorne française, il pourrait ne pas être le dernier.

MISE EN PERSPECTIVE

- Qonto se permettrait aujourd'hui de briller un peu plus fort sur le marché de la FinTech européenne, forte d'une levée de fonds exceptionnelle réalisée en janvier dernier en Série D, pour un montant de 486 millions d'euros. Outre le fait d'imposer la licorne comme la plus valorisée de France, ce tour de table lui aura offert de nouvelles capacités financières lui permettant aujourd'hui d'envisager ce rachat.

- Une décision opportune car si Qonto communiquait en janvier dernier sur ses 220 000 clients professionnels, elle n'a jamais précisé combien elle en servait sur le marché allemand.
- Avec Penta, Qonto devrait par ailleurs compter 900 salariés et vise de recruter pour atteindre 2 000 salariés d'ici 2025. Ces derniers devraient alors servir un million de clients, suivant les objectifs de Qonto.

Source : [financefwd](#)

The logo for Penta, featuring the word "PENTA" in a bold, blue, sans-serif font. The letter 'P' is stylized with a curved top. The logo is centered on a light gray square background.

Cryptomonnaies et MDBC

L'Union Européenne s'accorde sur les crypto-actifs

Réglementation – Europe – 08/07/2022

Les membres de l'Union Européenne viennent enfin de s'accorder pour présenter un cadre réglementaire clair pour les crypto-actifs, les émetteurs de crypto-actifs et les prestataires de services sur crypto-actifs. Deux accords ont ainsi été trouvés, baptisés respectivement [MiCA](#) (Market in Crypto-Assets) et [TFR](#) (Transfer of Funds Regulation). Ils restent provisoires mais posent les bases attendues du positionnement européen face à ce marché.

LES FAITS

- La future régulation européenne sur la question des crypto-actifs était très attendue. Elle a donc débouché sur deux accords trouvés entre la présidence du Conseil européen et le Parlement, qui devront encore faire l'objet d'une procédure classique d'adoption formelle.
- Les deux accords trouvés le 29 et 30 juin dernier portent donc sur :
 - les règlements TFR (Transfer of Funds Regulation), dédiés à la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme. Ils doivent garantir la transparence financière des échanges en crypto-actifs,
 - MiCA (Market in Crypto-Assets), une proposition de couverture pour les émetteurs de crypto-actifs non adossés et les stablecoins, ainsi que les plateformes de négociation et les portefeuilles de crypto-actifs.
- L'Union Européenne prévoit par ailleurs de limiter le développement des stablecoins fondés sur la monnaie européenne ou non, afin de préserver la souveraineté monétaire de la région. Ces stablecoins seront par ailleurs supervisés par l'Autorité bancaire européenne.

ENJEUX

- **Assurer la protection des consommateurs** : Le règlement MiCA est présenté comme un nouvel outil de protection des consommateurs contre les risques liés aux investissements dans les crypto-actifs. Il devra les aider à éviter les systèmes frauduleux et les pièges de ce marché toujours en construction, notamment en matière d'instabilité financière.
- **Encadrer les acteurs du secteur** : L'objectif des règlements TFR est par ailleurs d'imposer aux prestataires de services sur crypto-actifs "l'obligation de recueillir et de rendre accessibles certaines données sur le donneur d'ordre et le bénéficiaire des transferts de crypto-actifs qu'ils traitent". Une obligation déjà en vigueur pour les virements électroniques et qui s'étend simplement à ce nouvel environnement de paiement et d'échange de fonds afin de faire respecter les normes européennes en vigueur sur tous les marchés. Les prestataires de services sur crypto-actifs auront par ailleurs besoin d'une autorisation pour exercer leurs activités au sein de l'UE.
- **Harmoniser le marché** : Certains États membres disposaient déjà de leur propre législation concernant les crypto-actifs, il devenait donc particulièrement urgent de proposer un régime spécifique à l'UE afin de sauvegarder l'harmonie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Ces obligations très lourdes et uniquement applicables aux émetteurs européens - un émetteur américain pourra donc parfaitement émettre un stablecoin euro sans avoir à respecter MiCA - peuvent limiter l'émission de stablecoins en Europe.
- La question est devenue d'autant plus pregnante depuis l'annonce du lancement du premier [stablecoin adossé à l'Euro](#) par la FinTech américaine Circle. Elle envisage en effet d'émettre cette nouvelle monnaie numérique depuis les Etats-Unis, court-circuitant les instances européennes.
- Outre le règlement MiCA, ce train de mesures contient une stratégie en matière de finance numérique, un règlement sur la résilience opérationnelle numérique du secteur financier (DORA) – qui couvrira également les prestataires de services sur crypto-actifs – et une proposition de régime pilote, un régime d'exception à certaines exigences de la réglementation financière pour la négociation et le règlement-livraison des transactions sur security tokens.

Source : [Communiqué de presse](#)



Monoprix installe un corner dédié aux NFT dans ses magasins

Canaux de distribution – France – 12/07/2022

Le distributeur français [Monoprix](#), du groupe Casino, fait un pas de plus dans le monde du Web 3.0 en ouvrant des corners physiques installés au cœur de certains de ses magasins parisiens afin de vendre un produit inédit et dématérialisé, prenant la forme de [NFT](#). Une nouvelle étape dans le cadre de sa stratégie de positionnement sur un marché aussi volatile qu'innovant.

LES FAITS

- Certains magasins Monoprix parisiens accueillent une campagne d'été inédite, lancée par le groupe le 8 juillet dernier. Elle doit se terminer le 21 juillet prochain et a été baptisée "Le Web3 pour tous".
- Opération de sensibilisation à ce nouveau marché, cette campagne prend la forme plus concrète de l'installation de corners éphémères dédiés aux NFT au sein de trois Monoprix Parisiens des Champs-Élysées, de Montparnasse et de Beaugrenelle.
- Des ateliers pédagogiques sur les thèmes des NFT et du Métavers doivent y avoir lieu, animés par des références du Web 3.0.
- Ces corners permettront aussi à leurs visiteurs d'acheter des NFT issus de la collection [Rude Kidz](#), grâce à l'installation de distributeurs automatiques de NFT conçu par une start-up française, Ownest. 550 NFT au prix unitaire de 249 euros seront ainsi mis en vente.
- Plus que leur actif numérique, les acheteurs de ces NFT repartiront des magasins Monoprix avec une affiche imprimée représentant l'image de leur jeton, un T-shirt et un sac en toile Rude Kidz, ainsi qu'un bon d'achat Monoprix de 20€.
- Le paiement de ces NFT sera exigé en euros.

ENJEUX

- **Conforter son positionnement d'avant-garde** : Ce n'est pas la première fois que Monoprix se positionne sur le marché des NFT. Le distributeur français [précisait](#) déjà son intérêt pour ce marché en avril dernier. A l'époque, il mettait en effet en vente deux collections de NFT exclusives, en collaboration avec un pâtissier et un designer.
- **Créer de l'animation dans ses points de vente** : La vente de NFT dans le cadre d'un corner installé au sein d'un magasin physique représente aussi un moyen pour le groupe distributeur de créer le buzz autour de sa marque, de surfer sur un phénomène d'actualité et d'animer ses magasins.
- **Démocratiser le Web 3.0** : Monoprix entend tenir un rôle quelque peu détaché de son cœur de métier, en assurant la rencontre entre le grand public et le marché du Web 3.0.

MISE EN PERSPECTIVE

- La "théorie du plus grand imbécile". C'est par ces mots que Bill Gates, milliardaire de la tech, créateur de Microsoft et informaticien de renom, définissait il y a peu le marché des NFT. Un avis personnel mais qui prend tout son poids étant donné la qualité de l'auteur de ces mots, qui font par ailleurs écho à de nombreux autres avis similaires.
- D'autant que l'insaisissabilité de ce marché favorise sa volatilité et ses risques. Ainsi, si le NFT du premier tweet jamais publié, par le fondateur du réseau social Jack Dorsey, était vendu 2,9 millions de

dollars en mars 2021 dans le cadre d'une vente aux enchères, il ne vaudrait actuellement plus que 0,0166 Ether (ETH), soit approximativement 29 dollars.

- Sa remise en vente en avril dernier pour 48 millions de dollars n'aura pas permis à son propriétaire de trouver preneur et cette situation illustre globalement une baisse générale des prix des NFT sur l'ensemble du marché.
- Certains observateurs du secteur précisent néanmoins que cette chute est liée directement à la baisse du marché des cryptomonnaies et que le secteur des NFT devrait [peser](#) près de 13,6 milliards de dollars dans le monde d'ici 2027.

Source : [Twitter](#)



MONOPRIX

JULY 8 | JULY 21

BEAUGRENELLE CHAMPS ELYSÉES MONTPARNASSE

Edenred gère aussi les collections de NFT

Cartes numériques – France – 26/07/2022

Le spécialiste des avantages aux salariés et des solutions prépayées [Edenred](#) ajoute aujourd'hui une nouvelle corde à son arc. Ou plutôt, elle permet à ses cartes cadeaux [Kadéos](#) de supporter une nouvelle valeur s'inscrivant particulièrement dans la tendance. Il s'agit en effet de cartes numériques Sorare représentant des sportifs connus. Le groupe s'ouvre ainsi sur l'environnement du web3.

LES FAITS

- Edenred vient donc d'officialiser son partenariat avec [Sorare](#), plate-forme de NFT spécialisée dans le jeu d'argent et la collection de jetons liés au monde du football. Elle utilise en effet la blockchain pour permettre aux internautes d'échanger des cartes à l'effigie de joueurs de ce sport.
- Désormais, les quelques 1,8 millions d'utilisateurs de ce service pourront acquérir des cartes numériques de leurs sportifs préférés sur le site de Sorare grâce à une carte Kadéos. Ces dernières peuvent en effet être désormais enregistrées comme moyen de paiement sur la plate-forme Sorare.
- Kadéos devient ainsi le premier titre-cadeau à supporter un tel contenu et à s'ouvrir à l'écosystème du Web3.

ENJEUX

- **Surfer sur l'apparente modernité des NFT** : Edenred précise que son ambition est bien de participer à l'émergence et même à la démocratisation des NFT en France. D'autres acteurs se sont récemment lancés, à l'image de [Monoprix](#) qui leur dédie un coin dans ses magasins.
- **Diversifier sa carte cadeau** : L'intégration des NFT sportifs à ses cartes cadeau représente, pour Edenred, un moyen de densifier son offre et surtout, d'intégrer des cartes numériques, sources de modernisation pour ses propres cartes. Ces titres-cadeaux digitaux sont ainsi présentés comme la suite logique de solutions d'avantages aux salariés disponibles via la Super App d'Edenred My Edenred.

MISE EN PERSPECTIVE

- Sorare avait fait la Une de l'actualité en France en s'imposant, fin d'année dernière, comme la seizième licorne française. Elle parvenait en effet à lever 680 millions de dollars (environ 580 millions d'euros), portant sa valorisation à 4,3 milliards de dollars. Un record étant donné la date de la création de la société, en 2018.
- Cet engouement illustre néanmoins une tendance de fond s'agissant de l'emballement suscité par le marché des NFT. Une tendance à mettre au passé tant ce marché est marqué par la volatilité. Ainsi, si de nombreux observateurs estiment que le secteur des NFT devrait [peser](#) près de 13,6 milliards de dollars dans le monde d'ici 2027, il est aujourd'hui marqué par une chute brutale.

Source : [Communiqué de presse](#)



Fraude

Le nouveau visage de la fraude aux moyens de paiement

Fraude – France – 29/07/2022

L'[Observatoire de la sécurité des moyens de paiement](#) a publié, semaine dernière, son rapport relayé par la [Banque de France](#). Il témoigne cette année d'un léger recul de la fraude en matière de paiement. Mais si les montants sont moins importants, il n'en reste pas moins que les fraudeurs se montrent de plus en plus imaginatifs et que de nouvelles arnaques voient le jour.

LES FAITS

- La croissance des usages numériques est au cœur du nouveau rapport de l'OSMP cette année. Car si l'Observatoire identifie une baisse de la fraude sur les paiements par internet, elle s'accompagne d'un changement de pratiques.
- Le montant de la fraude a ainsi atteint 1,24 milliard d'euros en 2021 (pour 7,5 millions d'opérations frauduleuses enregistrées), contre 1,28 milliards en 2020. Et ce alors même que le nombre de transactions poursuit sa progression (28,4 milliards enregistrées sur l'année, pour un montant total de 42 204 milliards d'euros) dans un contexte de reprise économique.
- Si la carte est toujours au cœur de la grande majorité des fraudes, sa part recule pour s'établir à 92 % en 2021 contre 97 % en 2020. Elle reste responsable de 33,9 % du montant total des fraudes. Le chèque est en seconde position des moyens de paiement liés à des fraudes mais se distingue en représentant 37 % du montant total des fraudes (un record). Arrivent ensuite les virements, responsables de 23,1 % du montant total des fraudes.
- Les instruments de paiement SEPA (types virement et prélèvement) restent les instruments de paiement les moins fraudés, avec un taux de fraude de l'ordre de 0,001%.
- L'Observatoire souligne par ailleurs une modification dans la typologie même des fraudes. La fraude technologique recule donc en faveur de plus de manipulations. Des arnaques impliquant des usurpations d'identité (de conseiller bancaire par exemple), se multiplient.

ENJEUX

- **Saluer l'authentification forte** : L'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement souligne l'intérêt et surtout, l'efficacité, de l'application des solutions d'authentification forte en France dans la lutte contre la fraude. La généralisation de ce type de dispositif est ainsi identifiée comme la clé de la baisse de la fraude cette année.
- **Analyser les évolutions des paiements** : Outre les montants et la nature de la fraude, l'Observatoire a pu constater une évolution des modes de paiement. La carte est ainsi passée, en montant, devant le chèque pour la première fois. Elle s'impose ainsi comme le troisième outil de paiement scriptural, en montant traité, après le virement et le prélèvement. La carte reste par ailleurs l'instrument de paiement le plus utilisé en nombre d'opérations (57%).

MISE EN PERSPECTIVE

- L'évolution de la fraude, et particulièrement les campagnes d'usurpation d'identité, pose un problème de fond s'agissant des solutions de protection des consommateurs. D'autant que l'UFC-Que Choisir a récemment estimé que les banques cherchaient à échapper à leur devoir de remboursement en cas de fraude.
- L'organisme a ainsi porté plainte contre 12 banques suite aux signalements de 4 300 fraudes non remboursées et adressées à l'association de consommateurs depuis 2019. La Fédération bancaire française (FBF) assure pourtant que 85 % des demandes adressées par les clients font l'objet d'un remboursement.
- Parmi les conditions de remboursement, l'absence de négligence des consommateurs. Or, avec la multiplication des cas d'usurpations d'identité, ces cas de négligence pourraient croître et renforcer la problématique de remboursements des clients. Une question sur laquelle l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement travaille activement.

Source : [Communiqué de presse](#)



bservatoire
de la sécurité
des moyens de paiement

www.observatoire-paiements.fr



Identité numérique et Biométrie

ING inclut un service de validation des paiements à son offre itsme

Signature numérique – Belgique – 21/07/2022

ING Belgique propose depuis 2017 le service itsme, une application mobile d'identité numérique. Au-delà de gérer l'identité numérique de ses utilisateurs, elle permettra désormais aussi de valider des paiements à distance. Une diversification des usages qui illustre les nombreuses réflexions autour de l'intégration entre paiement et gestion des identités, au premier rang desquelles le [wallet européen](#).

LES FAITS

- itsme permet à ses utilisateurs de s'identifier, de se connecter, de confirmer ou de signer des documents en ligne en toute sécurité. Plus que des documents donc, aujourd'hui ING Belgique annonce que le service permettra aussi de valider des paiements.
- L'application itsme permet en effet de s'identifier auprès de sa banque pour confirmer un paiement sans lecteur de carte. Si la signature de paiements via itsme était déjà disponible sur ordinateur, ING Belgique rend le service accessible depuis l'application mobile du service.
- La solution représente ainsi alternative au 3D Secure et surtout, au lecteur de carte physique...

ENJEUX

- **Une solution harmonisée** : itsme était lancée en mai 2017 par un consortium rassemblant les quatre grandes banques du pays : BNP Paribas Fortis, KBC, Belfius et ING. Les trois opérateurs télécoms (Proximus, Telenet et Orange) se liaient aussi au projet, avant d'être rejoints par la SFPI, Société fédérale de participations et d'investissement, et actionnaire d'itsme depuis juin 2021.
- **Convergence de l'identité numérique et du paiement** : ING propose en lieu et place d'un paiement par carte, un paiement en ligne soit via le web sur PC soit via app en utilisant la signature électronique Itsme, qui utilise l'authentification forte Itsme et la signature pour le dynamic linking.
- **Booster les usages** : Entre 25 et 35 millions d'actions sont réalisées chaque mois en Belgique avec itsme. L'ajout d'une fonctionnalité liée au paiement devrait encore booster les usages.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'application d'identification numérique itsme d'ING Belgique a connu un regain d'intérêt auprès de la population belge suite à la pandémie liée au Covid-19 et sa croissance semble exponentielle puisqu'itsme a attiré près de 3 millions de nouveaux utilisateurs sur la dernière année. Elle compte désormais plus de 6 millions d'utilisateurs en Belgique, soit plus de la moitié de la population du pays et près de 80% de la population belge âgée de plus de 18 ans. Elle prévoit également une ouverture internationale en commençant par les Pays-Bas.
- Cependant, elle ne fait pas l'unanimité au sein du gouvernement belge pourtant actionnaire, notamment en raison de sa présence écrasante sur le marché et des coûts jugés disproportionnés.

Source : [Communiqué de presse](#)

