



Les faits marquants du mois

Stratégie d'acteurs – La crise fait bouger les lignes

- **FRANCE** – Retour d'expérience : Swile double ses pertes
- **FRANCE** – BPCE fusionne PayPlug et Dalenys pour gagner en puissance sur le marché du paiement
- **FRANCE** – Free s'attaque à l'encaissement avec Stancer Pay

La crise économique n'en est pas l'unique facteur, mais on le voit bien, elle fait bouger les lignes : un accès plus difficile aux financements, plus de défiance sur le modèle économique des start-ups. A l'image de Swile qui, du fait de l'acquisition de Bimpli, s'est vue forcée de publier ses résultats, avec des pertes importantes pointées du doigt. Du côté de BPCE, les choses bougent également, la banque française a décidé de rapprocher ses activités de paiement pour créer un pôle unique compétitif vis-à-vis d'acteurs comme Adyen ou Stripe, qui se font de plus en plus menaçants. Mais, les crises créent également des opportunités. C'est ce le pari que fait Free, qui après les télécom, veut aussi casser les prix dans le secteur du paiement. L'opérateur adopte une posture très agressive, avec une offre 2 à 3 fois moins coûteuse pour les commerçants. Sa stratégie consiste aussi à ne pas pénaliser les transactions de petits montants et à ne pas facturer d'abonnement pour le TPE (un forfait sans engagement). Les acteurs les plus concernés vont être les acteurs de l'encaissement en mobilité, comme SumUp et Zettle, mais aussi les acteurs bancaires. D'autant qu'Iliad ne compte pas s'arrêter là et devrait développer d'autres offres, du paiement fractionné au développement de sites e-commerce, en passant par une offre de paiement de mobile à mobile sur iOS.

Cryptomonnaies – Le difficile chemin vers l'acceptabilité

- **INTERNATIONAL** – « The Merge », la révolution écologique de la blockchain Ethereum
- **EUROPE** – Nouvelles avancées pour l'Euro numérique de la BCE
- **FRANCE** – La Banque des industries manufacturières veut réindustrialiser la France grâce à la DeFi

Plusieurs actualités sont venues bousculer le monde de la crypto ce mois-ci. D'abord, un évènement attendu depuis longtemps, décrit néanmoins comme une prouesse technologique. C'est le basculement de la blockchain Ethereum, la deuxième plus grosse cryptomonnaie en volume d'échange, sur un protocole de validation beaucoup moins énergivore, la fameuse « proof of stake ». Cette opération démontre l'importance croissante de la problématique écologique. La seconde qui concerne également Ethereum, c'est une décision de justice dans laquelle la SEC considère que la cryptomonnaie doit répondre d'une territorialité américaine. Ce qui ouvre des questions sur les possibilités de régulation. C'est le message qu'ont fait passer les banquiers centraux J. Powell et C. Lagarde lors d'un échange organisé par la Banque de France au sujet de la Finance Décentralisée, qui suscite de plus en plus d'inquiétudes. Au niveau européen, un pas important a été franchi pour l'euro digital. La BCE a, en effet, dévoilé les partenaires avec lesquelles elle souhaitait travailler pour développer des cas d'usages de son prototype d'euro numérique. Cette annonce a suscité une vive émotion, car le géant de l'e-commerce américain, Amazon, devrait y participer sur la partie e-commerce. Un choix qui interroge non seulement du point de vue souveraineté numérique et bancaire, mais aussi RGPD. Et, à un niveau plus local, la DeFi sert aussi des intérêts industriels, avec la naissance de la Banque Industrielle Manufacturière, une fintech qui veut réconcilier la crypto-finance et l'épargne des ménages pour soutenir l'innovation industrielle et responsable à la française.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES DE PAIEMENT	5
Edenred étend son offre de carte carburant	5
Ulys lance sa carte carburant avec DKV	7
Picard Pay, une nouvelle carte prépayée dédiée aux jeunes	9
SERVICES MOBILES	11
WhatsApp consolide son modèle de canal commercial en Inde	11
SumUp présente son e-Wallet pour les particuliers	13
Klutch permet de composer son offre de banque mobile sur mesure	15
PAIEMENT B2B	17
Paiement différé : Pledg entre dans l'e-commerce BtoB avec Allianz Trade	17
Libeo et Docaposte, partenaires de la dématérialisation des factures	19
OPEN BANKING	21
SlimPay et Tink partenaires du paiement ouvert	21
PAIEMENT INTEGRE	23
Avec Plug & Charge, BMW rend le paiement des rechargements électriques transparent	23
ENCAISSEMENT, MPOS, SOFT POS	25
ING présente son application SoftPOS avec CCV	25
TSP : TITRES SPECIAUX DE PAIEMENT	27
Edenred se rapproche de Betterway pour compléter son offre mobilité	27
VIREMENTS / INITIATION DE PAIEMENT	29
Un service de RTP made in USA en cours de déploiement	29
STRATEGIE D'ACTEURS	31
Klarna présente des résultats (toujours) en demi-teinte	31
Retour d'expérience : Swile double ses pertes	33
BPCE fusionne PayPlug et Dalenys pour gagner en puissance sur le marché du paiement	35
Free s'attaque à l'encaissement avec Stancer Pay	37
Retour d'expérience : Quand Apple Pay dépasse les Schemes historiques	39
CRYPTOMONNAIES ET MDBC	42
Credix organise le financement des prêts grâce aux stablecoins	42
« The Merge », la révolution écologique de la blockchain Ethereum	44
La Banque des industries manufacturières veut réindustrialiser la France grâce à la DeFi	46
CYBERSECURITE, LUTTE CONTRE LA FRAUDE	48
GoCardless table sur l'Open Banking pour lutter contre la fraude	48

En bref

- **FRANCE** – Annoncé depuis plusieurs mois déjà, le positionnement de la SNCF sur le marché de du paiement fractionné semble se concrétiser aujourd'hui. Une nouvelle étape vient en effet d'être franchie par le groupe de transport qui aurait confirmé le lancement de son offre à l'été prochain. Les voyageurs pourront donc normalement payer leurs billets de train en plusieurs fois auprès de la SNCF à partir de l'été 2023. L'offre sera néanmoins limitée et ne concernera que certains trains de grandes lignes et certains montants. Suite à un appel d'offre, la SNCF devrait choisir son partenaire, une société financière du marché du paiement fractionné, dans les prochains jours. Une première version de sa solution de paiement fractionnée sera ensuite testée, d'ici la fin de l'année 2022. L'objectif de la SNCF ? Faciliter l'accès à ses services et surtout, démocratiser les voyages en train. Une nécessité alors que plus de 22 millions de billets ont été réservés pour les mois de juillet et d'août cette année (soit 10% de plus qu'en 2019), en pleine période d'appel à la sobriété énergétique. Or selon l'INSEE, le prix des billets de train a augmenté en moyenne de 14,6% entre avril 2021 et avril 2022.
- **EUROPE** – La BCE travaille de longue date sur son projet d'Euro numérique. Mais l'organisation vient de faire un grand pas en avant en présentant ses partenaires sur ce projet. CaixaBank et Amazon comptent ainsi parmi les acteurs engagés, au côté de Worldline, Nexi et EPI. Les cinq partenaires auront pour mission de développer un prototype d'Euro numérique et de garantir la souveraineté monétaire de l'Europe. Après avoir lancé un appel mondial pour trouver des partenaires (et reçu 54 candidatures), la Banque centrale européenne a finalement choisi cinq partenaires pour l'aider à développer son prototype d'euro numérique, à savoir CaixaBank, Amazon, Wordline, Nexi et EPI. Chaque partenaire se voit confié une mission bien définie. CaixaBank se concentrera particulièrement sur la production d'un prototype d'application de paiement en ligne P2P utilisant l'euro numérique. Cette application devra simuler les étapes que les particuliers devront effectuer pour transférer des euros numériques sur leur compte et/ou transférer des euros numériques à d'autres particuliers. Worldline sera par ailleurs responsable du développement du cas d'usage des paiements hors ligne entre particuliers. Nexi travaillera sur la question des paiements en magasin initiés par le bénéficiaire. EPI travaillera sur la question des paiements en magasin initiés par le payeur. Amazon se penchera sur les paiements en Euro numérique dans le contexte du e-commerce. L'exercice de prototypage s'achèvera au premier trimestre 2023, avec la livraison des conclusions de la BCE. Cette annonce intervient comme une réponse directe à une autre initiative d'Euro numérique, de nature privée, portée par la FinTech Circle. Cette monnaie numérique devant être émise depuis les Etats-Unis. Elle renforçait de fait les risques en matière de perte de souveraineté monétaire pour l'Europe. Mais le choix d'Amazon parmi les principaux partenaires de la BCE sur ce projet relance justement ce débat.
- **INTERNATIONAL** – Revolut poursuit son incursion sur le marché des services de paiement. Après avoir lancé une offre de BNPL, la néo-banque renforce encore son accompagnement aux professionnels en leur dédiant une solution d'acceptation de paiement en ligne en un clic. Elle complète ainsi son offre d'encaissement tout juste densifiée. Revolut présente Revolut Pay, sa nouvelle offre d'acceptation de paiement destinée à ses entreprises clientes réalisant des ventes en ligne. Revolut Pay est présenté comme un service d'acceptation promettant de simplifier au maximum les paiements. Il permet en effet aux clients finaux de réaliser des paiements en un clic seulement. Parcours clients finaux : Les clients Revolut pourront valider un paiement Revolut Pay après avoir relié une carte ou autorisé le débit direct de leur compte Revolut. Les clients finaux ne détenant pas de compte Revolut pourront payer en un clic via Revolut Pay après avoir relié une carte Mastercard ou Visa. Les paiements seront par ailleurs validés via des fonctionnalités telles que Face ID ou le déverrouillage par empreinte digitale. Les clients

professionnels de Revolut présenteront le service de paiement Revolut Pay au côté des autres modes de paiement plus classiques sur leur site e-commerce (carte de débit ou de crédit, Google Pay, Apple Pay, ou même PayPal...). Revolut Pay s'intègre par ailleurs sur des sites e-commerce ou sur les pages de boutiques en ligne ouvertes auprès de partenaires marketplaces (Shopify ou Prestashop notamment). Le service est soumis à des frais de transactions présentés comme compétitifs, sans frais mensuels fixes.

- La BCE travaille de longue date sur son projet d'Euro numérique. Mais l'organisation vient de faire un grand pas en avant en présentant ses partenaires sur ce projet. CaixaBank et Amazon comptent ainsi parmi les acteurs engagés, au côté de Worldline, Nexi et EPI. Les cinq partenaires auront pour mission de développer un prototype d'Euro numérique et de garantir la souveraineté monétaire de l'Europe. Après avoir lancé un appel mondial pour trouver des partenaires (et reçu 54 candidatures), la Banque centrale européenne a finalement choisi cinq partenaires pour l'aider à développer son prototype d'euro numérique, à savoir CaixaBank, Amazon, Wordline, Nexi et EPI. Chaque partenaire se voit confié une mission bien définie. CaixaBank se concentrera particulièrement sur la production d'un prototype d'application de paiement en ligne P2P utilisant l'euro numérique. Cette application devra simuler les étapes que les particuliers devront effectuer pour transférer des euros numériques sur leur compte et/ou transférer des euros numériques à d'autres particuliers. Worldline sera par ailleurs responsable du développement du cas d'usage des paiements hors ligne entre particuliers. Nexi travaillera sur la question des paiements en magasin initiés par le bénéficiaire. EPI travaillera sur la question des paiements en magasin initiés par le payeur. Amazon se penchera sur les paiements en Euro numérique dans le contexte du e-commerce. L'exercice de prototypage s'achèvera au premier trimestre 2023, avec la livraison des conclusions de la BCE. Cette annonce intervient comme une réponse directe à une autre initiative d'Euro numérique, de nature privée, portée par la FinTech Circle. Cette monnaie numérique devant être émise depuis les Etats-Unis. Elle renforçait de fait les risques en matière de perte de souveraineté monétaire pour l'Europe. Mais le choix d'Amazon parmi les principaux partenaires de la BCE sur ce projet relance justement ce débat.

Cartes de paiement

Edenred étend son offre de carte carburant

Mobilité – France – 01/09/2022

Le groupe français de services prépayés [Edenred](#) vient de présenter une nouvelle carte carburant à destination de ses clients américains. Développée en partenariat avec Visa, cette nouvelle carte associe des fonctionnalités numériques au support classique de la carte de paiement. Elle promet aux entreprises de faciliter la gestion de leur flotte et booste la [stratégie mobilité d'Edenred](#).

LES FAITS

- La nouvelle offre d'Edenred et Visa a été baptisée [Edenred Essentials](#). Elle prend la forme d'une carte carburant capable d'aider les entreprises à assurer une gestion optimisée de leur flotte automobile.
- Le dispositif s'appuie avant tout sur une carte de paiement innovante destinée à l'achat de carburant, à la recharge des véhicules électriques (VE) et au règlement des frais liés aux véhicules (achats en magasin acceptant les cartes Visa, immatriculation des véhicules, péage, lavage, entretien et autres besoins du quotidien). Mais il y associe aussi des fonctionnalités numériques de gestion avancées.
- Une plate-forme en ligne permet, en effet, aux gestionnaires de flottes :
 - d'accéder à l'ensemble des informations relatives aux cartes Edenred Essentials émises par son entreprise
 - de contrôler les dépenses
 - de recevoir des notifications en temps réel afin de prévenir certains abus possibles.
- Une application mobile (iOS et Android) est aussi disponible. Les informations sont restituées dans plusieurs langues (anglais et espagnol) pour en faciliter la lecture au plus grand nombre.
- En complément, Edenred Essentials donne accès à un programme de cashback offrant des rabais sur le prix du carburant dans des milliers de stations-service à travers le pays.

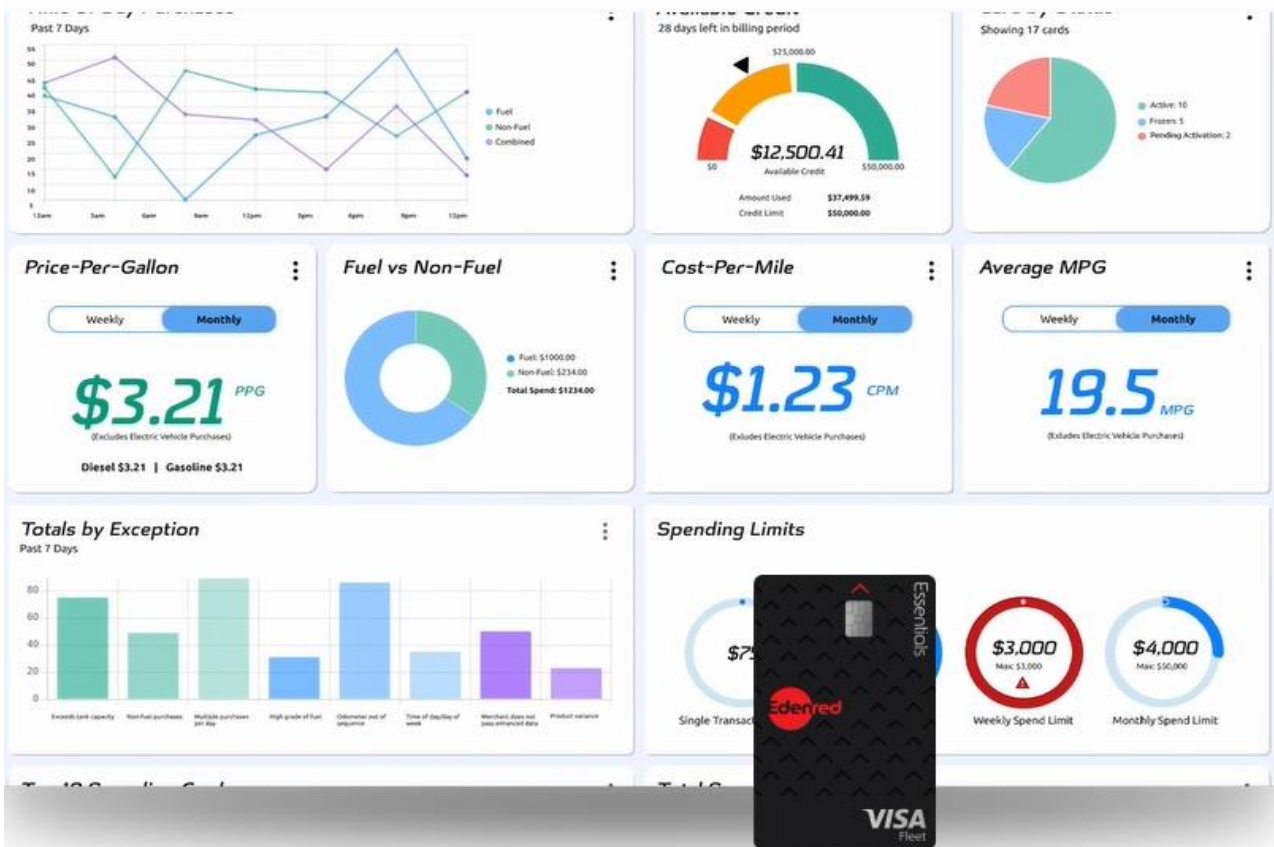
ENJEUX

- **Réduire les coûts** : Edenred met en avant le fait que la gestion de flotte peut représenter l'un des plus importants postes de dépenses pour certaines entreprises, en particulier dans le contexte actuel d'augmentation des prix du carburant et de l'énergie.
- **Conforter son positionnement de leader** : Edenred fait référence à son bon positionnement sur le marché de la mobilité à travers le monde pour convaincre sur le territoire américain. Le groupe est ainsi leader sur le marché mexicain et brésilien et quatrième en Europe.

MISE EN PERSPECTIVE

- La stratégie mobilité d'Edenred est entretenue de longue date maintenant par le groupe. Il [lançait](#) notamment sa carte carburant en 2016 en France. Depuis, son déploiement se veut international. Edenred s'installait, par exemple, sur le marché des solutions de mobilité en 2018 en Belgique et y assurait la promotion de la [mobilité multimodale](#) dès 2019.
- Via sa filiale Edenred Fleet Mobility, [le géant des avantages aux salariés](#) a même pris une participation dans la start-up luxembourgeoise [CarPay-Diem](#) en 2020. Cette décision stratégique [permettait](#) au groupe d'ouvrir ses 52 000 stations-essence installées à travers l'Europe à la start-up.

Source : [Communiqué de presse](#)



Ulys lance sa carte carburant avec DKV

Mobilité – France – 15/09/2022

En 2018, VINCI Autoroutes présentait [Ulys](#), un compagnon numérique dédié aux usagers de l'autoroute. Le groupe lui associait une offre de [covoiturage](#) en 2019, puis la transformait en [application tout-en-un](#) dédiée à l'électromobilité en juin dernier. Et pour continuer sur sa lancée, Ulys est encore enrichie aujourd'hui puisqu'elle intègre désormais une carte carburant pour les professionnels, lancée avec le spécialiste DKV.

LES FAITS

- La carte carburant Ulys x DKV est présentée comme une offre de services destinée exclusivement aux entreprises et aux gestionnaires de flottes, mais aussi aux travailleurs indépendants et aux PME.
- Au coeur de la nouvelle offre, la promesse renouvelée de centraliser la gestion des frais de carburant liés aux déplacements, mais aussi l'ensemble des frais liés à l'entretien et la gestion d'une flotte automobile.
- Deux offres sont ainsi proposées :
 - l'une reposant sur une carte standard couvrant carburant et lubrifiant automobile,
 - l'autre reposant sur une carte premium prenant aussi en charge le règlement des dépenses liées à l'entretien, l'assistance, le stationnement ou même le lavage des véhicules.
- Les gestionnaires de flottes disposent, de leur côté, d'outils de gestion en ligne et de suivi des dépenses (par collaborateur et par poste).
- Un service de souscription en ligne est ouvert aux PME et aux travailleurs indépendants. Pour les grandes entreprises, des conseillers sont disponibles.

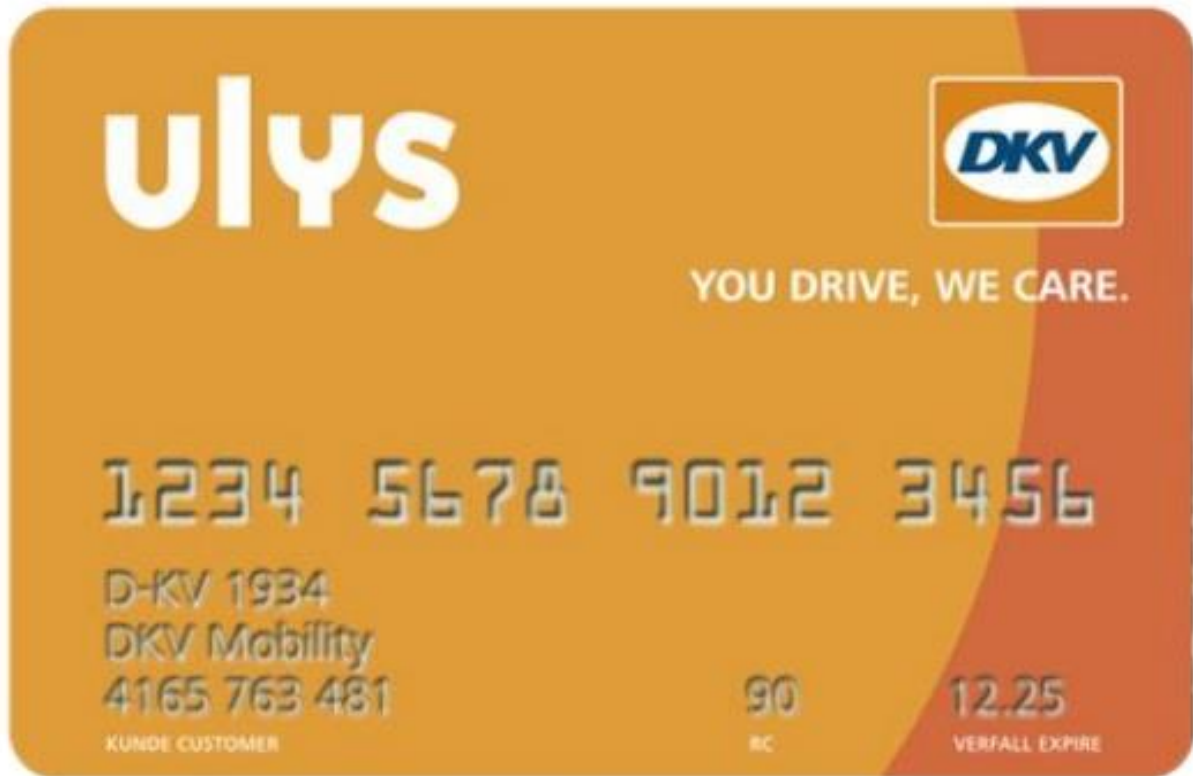
ENJEUX

- **Enrichir encore son réseau** : La carte Ulys x DKV sera acceptée dans plus de 69 000 stations-service réparties à travers 45 pays européens (4 500 stations en France).
- **Une offre construite par bloc** : La carte Ulys x DKV est présentée comme un nouveau service au côté des offres actuelles d'Ulys, de télépéage ou d'[application tout-en-un](#) dédiée à la mobilité sur autoroute. Le groupe Vinci travaille d'ailleurs à l'enrichissement constant de son offre Ulys. L'association de sa marque avec la carte DKV représente donc une nouvelle brique de cet édifice, résolument tournée vers le paiement.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette initiative ne signifie pas un aboutissement pour les services d'Ulys qui devraient être encore enrichis début 2023, pour adresser l'offre Ulys Electric, aussi, aux gestionnaires de flottes électriques. De quoi impliquer encore un peu plus le groupe dans l'essor de l'électromobilité.
- DKV propose d'ailleurs aussi une [version](#) de sa carte carburant destinée aux véhicules électriques, depuis 2019.

Source : [Communiqué de presse](#)



Picard Pay, une nouvelle carte prépayée dédiée aux jeunes

Inclusion financière – France – 20/09/2022

Une nouvelle carte de paiement vient de faire son apparition sur le marché français. Sa particularité repose sur l'identité de son créateur : le groupe de distribution spécialiste des surgelés Picard. Mais dans le fond, cette carte prépayée numérique défend aussi de véritables engagements. Elle s'adresse particulièrement aux jeunes et à leur famille, pour soutenir la consommation de cette part de la population particulièrement fragile.

LES FAITS

- Picard Pay se présente comme une carte de paiement 100 % numérique et prépayée. Elle est associée à un compte rechargeable et permet de réaliser des achats sur le site Picard.fr ou dans un magasin de la chaîne en France métropolitaine.
- Le compte rattaché à Picard Pay peut être ouverte en quelques clics seulement sur le [site dédié](#) mis en ligne par Picard. Il suffit de créditer une carte pour un montant fixe entre 20 et 250 euros pour ensuite recevoir des codes d'utilisation par mail.
- Le principe de la carte est clair : Picard invite les souscripteurs à partager ces codes d'utilisation avec un proche bénéficiaire, jeunes étudiants particulièrement. Un simple transfert de mail permet en effet de partager ses codes Picard Pay.
- Le compte en ligne Picard Pay permet ensuite de suivre les dépenses réalisées avec la carte numérique, de recharger le solde et de vérifier la date d'expiration de la carte.

ENJEUX

- **Organiser le soutien familial** : Picard Pay est avant tout destiné aux familles des étudiants et des plus jeunes lycéens ou collégiens n'allant plus à la cantine. Les familles sont en effet invitées à souscrire à l'offre Picard Pay pour équiper leurs enfants et les aider en rechargeant leur carte afin qu'ils soient ensuite capables de faire leurs achats de nourriture auprès de Picard.
- **Paiement et fidélisation** : Avec sa propre carte de paiement, Picard motive les achats au sein de sa chaîne en proposant une solution pratique et alternative aux virements et autres transferts d'argent.
- **Capter de nouveaux clients** : Picard s'appuie par ailleurs sur son nouveau dispositif affinitaire pour rajeunir sa clientèle en attirant dans ses magasins et sur son site les consommateurs de demain. Un enjeu majeur alors que la moyenne d'âge actuelle de la clientèle de Picard est de 50 ans.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon le Conseil d'analyse économique, la pandémie du Covid-19 et ses conséquences sur l'économie française a pesé deux fois plus sur le revenu des Français âgés de 20 à 25 ans que sur celui du reste de la population. Et l'inflation actuelle ne devrait pas arranger les choses alors que les crises jouent justement un rôle aggravant dans l'accroissement des inégalités.
- Face à l'augmentation de la précarité des étudiants, notamment due à l'annulation de certains jobs étudiants, différentes initiatives ont été déployées pour tenter de soutenir leur pouvoir d'achat. Outre

Picard Pay, [Moneybounce](#) organisait par exemple le financement des étudiants par les particuliers en mai 2021.

Source : [Site officiel](#)



Services mobiles

WhatsApp consolide son modèle de canal commercial en Inde

Social commerce – Inde – 02/09/2022

Le groupe Meta, ex-Facebook, vient d'annoncer l'ouverture d'une nouvelle expérience pour sa messagerie instantanée [WhatsApp](#) en Inde. Cette dernière repose sur un partenariat signé avec une référence du e-commerce locale. Elle défend le concept d'une expérience de [shopping](#) intégrée de bout en bout sur la messagerie et parachève la transformation de WhatsApp en un véritable canal de vente.

LES FAITS

- La nouvelle initiative de WhatsApp et JioMart doit permettre aux Indiens de réaliser leurs courses auprès de l'épicier en ligne directement sur leur service de messagerie instantanée.
- Ils pourront ainsi, depuis WhatsApp :
 - parcourir le catalogue de JioMart,
 - ajouter des produits dans leur panier,
 - régler leur commande.
- Le tout sans jamais quitter l'environnement WhatsApp, dans le cadre d'une fenêtre de conversation ouverte avec JioMart via un numéro spécial.

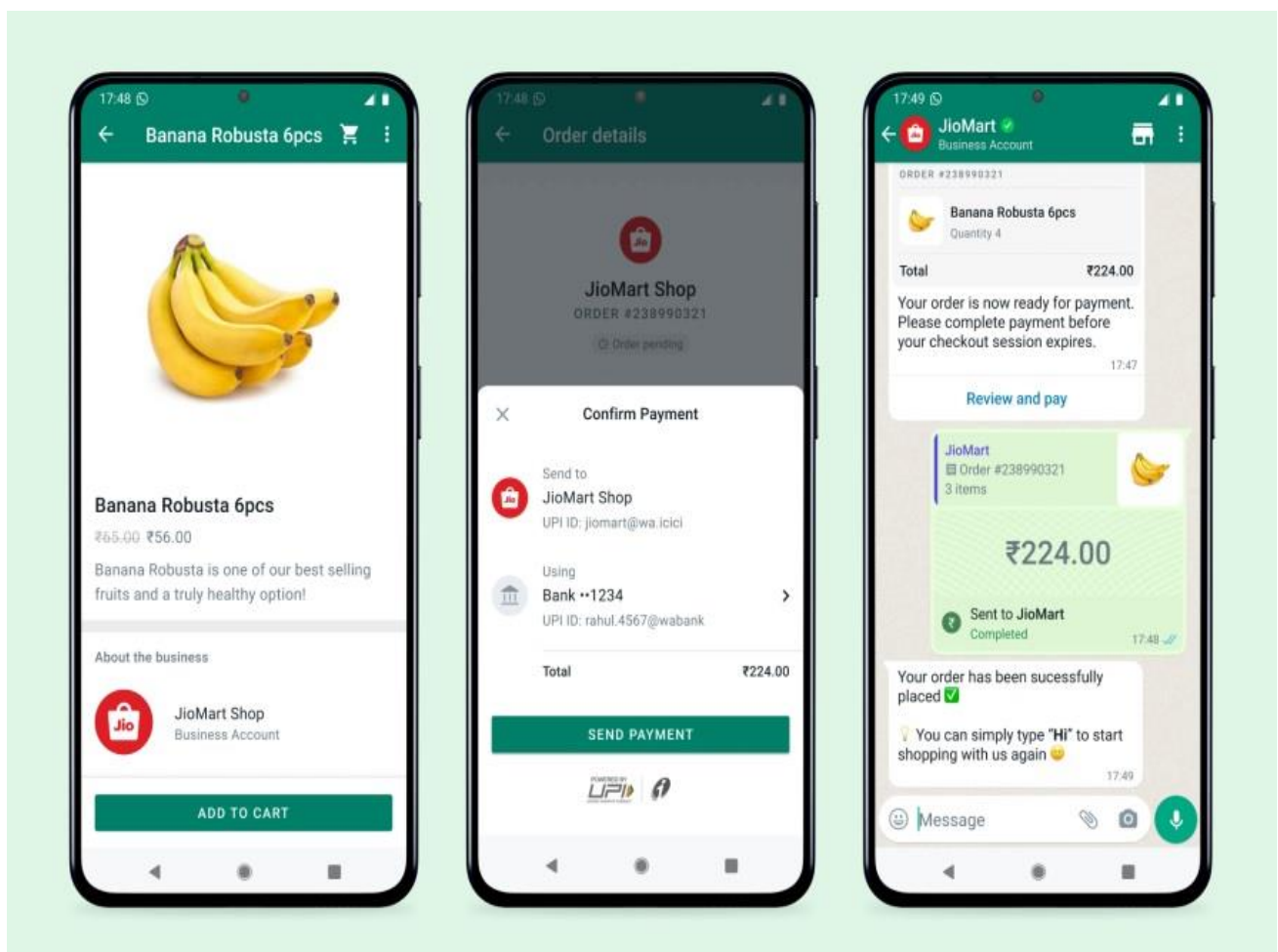
ENJEUX

- **La concrétisation d'ambitions** : Le partenariat avec JioMart est présenté par Meta comme la première expérience d'achat de bout en bout sur WhatsApp. Une concrétisation des efforts initiés de longue date par le groupe Meta pour transformer sa messagerie instantanée en un véritable [canal de shopping](#) à part entière.
- **Une diversification par étapes** : Avant même la transformation du groupe en Meta, Facebook soutenait de grandes ambitions pour WhatsApp. Et depuis [2020](#) et l'obtention d'accréditations locales, le territoire indien représente un eldorado pour les tests menés sur de nouveaux services WhatsApp. D'ailleurs, JioMart est un partenaire historique de Meta sur le thème. L'épicerie en ligne [permettait](#) déjà à certains de ses clients de faire leurs courses via WhatsApp ; l'intégration du paiement était alors attendue comme une fonctionnalité capable de réellement simplifier le parcours clients.
- **Accélérer la transformation numérique de l'Inde** : Les dirigeants de JioMart et Meta s'accordent pour défendre leur initiative comme un engagement à participer à l'essor numérique indien. Ils envisagent que leur nouvelle solution permette ainsi à des Indiens n'ayant jamais réalisé de commande en ligne de se familiariser avec l'e-commerce depuis une plate-forme connue, de messagerie en ligne. Outre JioMart, l'expérience a par ailleurs pour objectif d'être étendue avec des millions d'entreprises indiennes.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si Meta concrétise aujourd'hui ses ambitions pour WhatsApp en Inde, le pays asiatique n'est pas le seul à profiter de la diversification du service de messagerie. WhatsApp représente en effet une [tête de pont pour le commerce](#) au sein de l'écosystème de Facebook depuis plusieurs années. En [France](#), c'est le groupe Casino qui utilise, depuis le début de l'année, WhatsApp comme un nouveau canal de vente (calquant un modèle réussi déployé en Colombie).
- Outre le commerce, WhatsApp est aussi considéré comme un outil de paiement, au [Brésil](#) comme aux [Etats-Unis](#).
- Hormis Whatsapp, [Youtube](#) et [Instagram](#) sont également en phase de déploiement de fonctionnalités de vente intégrées.

Source : [Communiqué de presse](#)



SumUp présente son e-Wallet pour les particuliers

Stratégie d'acteur – Europe – 05/09/2022

Acteur du marché du paiement BtoB, [SumUp](#) s'est fait une [place](#) de choix parmi la FinTech britannique et même européenne au fil des années. Elle travaillait depuis quelques temps à la diversification de sa cible mais parachève aujourd'hui ses [ambitions](#) sur ce thème en présentant SumUp Pay, son eWallet destiné aux particuliers.

LES FAITS

- SumUp lance un portefeuille numérique avec un programme de fidélité intégré pour renforcer le soutien aux entreprises locales.
- Baptisée [SumUp Pay](#), sa nouvelle offre est en effet présentée comme un e-Wallet capable de faciliter les achats locaux tout en dynamisant les programmes de fidélisation.
- Parmi ses nombreuses fonctionnalités, l'application SumUp Pay propose :
 - une Mastercard virtuelle prépayée rechargeable à l'aide d'une carte pré-enregistrée ou par virement bancaire (elle permet aux utilisateurs de l'application d'effectuer des achats à distance ou en point de vente physique et de réaliser des retraits),
 - les services Google Pay et Apple Pay,
 - un programme de fidélité permettant aux utilisateurs de collecter des récompenses suite aux dépenses réalisées avec leur carte virtuelle SumUp Pay, majorées chez les marchands SumUp (les points peuvent ensuite être échangés dans n'importe quelle entreprise locale acceptant SumUp),
 - un service de paiement à distance sécurisé en un clic après des marchands SumUp,
 - une fonctionnalité de paiement par QR Code SumUp,
 - un service de paiement entre particuliers
 - un module de suivi de toutes les transactions.
- L'application SumUp Pay est d'ores et déjà téléchargeable gratuitement au Royaume-Uni, en Allemagne et en Italie.

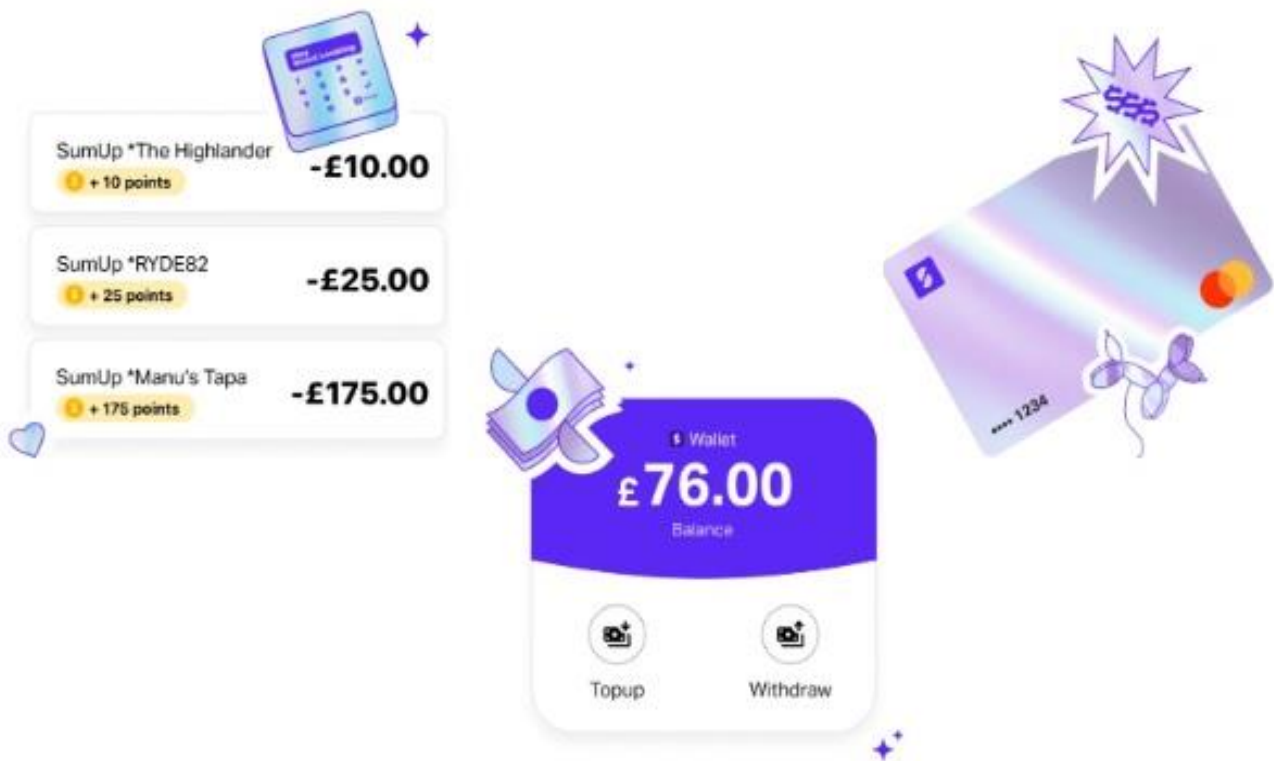
ENJEUX

- **S'ouvrir à une nouvelle cible** : SumUp s'est donc fait un nom en s'imposant parmi les acteurs de référence de l'encaissement mobile à destination des petits professionnels. Mais aujourd'hui, sa nouvelle offre s'adresse aux particuliers, permettant à la FinTech de se diversifier et de s'ouvrir à un nouveau marché à fort potentiel. Un positionnement qui devrait être facilité par le fait que ses offres [BtoBtoC](#) lui auront déjà permis de se familiariser et de se faire connaître auprès de cette nouvelle cible. SumUp Pay reste néanmoins la première offre directe adressée aux consommateurs finaux par SumUp.
- **Booster son offre** : Le programme de fidélité de SumUp Pay vise à motiver l'utilisation des services de SumUp auprès des commerçants et permet finalement à SumUp de s'offrir un nouvel outil de promotion pour son offre auprès des professionnels.

MISE EN PERSPECTIVE

- SumUp profite du lancement de sa nouvelle offre pour préciser qu'elle sert désormais plus de 4 millions de petites entreprises à travers le monde.
- En juin 2022, SumUp annonçait par ailleurs son dernier tour de table, totalisant 590 millions d'euros. La FinTech est depuis valorisée près de 8 milliards d'euros.

Source : [Communiqué de presse](#)



Klutch permet de composer son offre de banque mobile sur mesure

Banque au quotidien – Etats-Unis – 06/09/2022

La très jeune FinTech américaine Klutch (créée en 2019) annonce le lancement de son application mobile financière dans le cadre d'une phase de test. Sa version beta porte une vaste promesse de personnalisation, intégrant des possibilités de programmation pour une carte de crédit mais aussi pour son application de gestion rattachée. Elle table sur les compétences informatiques de ses futurs clients pour passer une nouvelle étape vers la finance ultra-personnalisée.

LES FAITS

- Les premiers clients de sa solution financière sont ainsi invités à télécharger son application mobile afin, dans un premier temps, d'assembler le service qui leur semble le plus pertinent grâce à divers programmes, codes, APIs et autres mini-applications.
- L'offre est donc présentée comme une base "vide" permettant de composer sa propre application via l'association de différentes briques informatiques. Elle s'adresse donc à des clients dotés de solides bases informatiques, capables d'utiliser des APIs et des mini-programmes pour développer leur propre service au sein de la structure Klutch.
- Klutch propose néanmoins, via ses briques, diverses fonctionnalités relativement classiques :
 - un service gratuit sans frais annuel,
 - un cashback de 1 % sur les achats réalisés avec sa carte,
 - un service de donation à des oeuvres caritatives,
 - une solution de paiement des factures automatisées,
 - un robo-advisor,
 - un système de compensation de l'empreinte carbone...
- Elle y associe des offres différenciantes parmi lesquelles une carte de crédit ultra-paramétrable elle aussi. Cette carte peut ainsi être multipliée en version physique ou numérique afin d'équiper tous les membres d'une famille. Elles peuvent ensuite être contrôlées à distance (durée et période d'utilisation autorisées, montant maximum de dépenses,...).

ENJEUX

- **Démocratiser la banque** : Plus que de la personnalisation, Klutch porte un modèle libertaire, au sein duquel, le client lui-même définit ses besoins et paramètre son service de gestion financière et son moyen de paiement.
- **Un modèle basé sur la co-création** : Outre les clients eux-mêmes, Klutch table sur une communauté de développeurs invités à travailler sur son projet depuis un portail dédié et des APIs. Ces derniers pourront consolider la base des "briques" de fonctionnalités proposées par Klutch pour enrichir au maximum son offre au fil du temps.
- **Un modèle à suivre, grâce au mobile** : L'idée d'un modèle de carte de crédit familiale et flexible, grâce à l'association d'une solution de gestion mobile, était déjà défendue par Apple en avril 2021. Le géant du web présentait alors son [Apple Card Family](#) et l'appuyait déjà sur le support du smartphone comme un outil de pilotage indispensable des services financiers. Klutch va néanmoins beaucoup plus

loin en invitant des prospects déjà doués de compétences en matière de programmation, pour leur permettre de personnaliser encore plus leur service.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le renouveau de la carte de crédit passe nécessairement par l'ajout de fonctionnalités à valeur ajoutée. C'est en tous les cas ce que semblent défendre les acteurs du secteur depuis plusieurs mois maintenant, partout dans le monde. Ainsi, si aux Etats-Unis, la FinTech [Aspiration](#) ajoute les valeurs écoresponsables à son offre de paiement, CaixaBank optait pour sa part pour un modèle [hybride](#) de carte de débit et de crédit en Espagne.
- Plus récemment, [Sofinco](#) s'associait à Renault en France pour promouvoir la mobilité électrique alors que [Pomelo](#) revoyait totalement le modèle de la carte de crédit pour faciliter le transfert d'argent vers les Philippines.
- Klutch défend cette approche mais ne se fixe aucune limite, hormis celle de l'imagination de ses développeurs et de ses clients.

Source : [Site officiel](#)



Paiement B2B

Paiement différé : Pledg entre dans l'e-commerce BtoB avec Allianz Trade

Paiement fractionné – Europe – 12/09/2022

[Pledg](#) vient d'annoncer un partenariat avec le géant allemand de l'assurance-crédit, Allianz Trade (Euler Hermes), pour lancer une offre de paiement fractionné à destination du marché BtoB. C'est donc le premier pas de la start-up vers une cible professionnelle, qui offre aujourd'hui des relais de croissance essentiels aux acteurs du crédit, compte tenu des taux de croissance forts de l'e-commerce BtoB.

LES FAITS

- La solution est mise à disposition des e-commerçants et places de marché BtoB, avec un paiement différé à 30 ou 60 jours.
- En termes de parcours :
 - le client choisit son option de paiement ;
 - une API interroge en direct les bases de données d'Allianz Trade, qui compte plus de 80 millions d'entreprises dans le monde ;
 - l'algorithme de Pledg donne alors son accord instantanément et effectue le paiement immédiat du commerçant ;
 - par la suite, la start-up gère le paiement différé ;
 - en cas d'impayé, c'est Allianz Trade qui prend le relai pour le recouvrement, voire l'indemnisation.

ENJEUX

- **Rajeunir l'expérience des clients de l'e-commerce BtoB** : alors même que ce marché est en forte croissance, l'expérience client reste moins fluide et les services moins variés que sur les sites d'e-commerce BtoC. Le produit en lui-même est très bien connu des entreprises (différé de paiement à 30 ou 60 jours et autres offres d'affacturage). Mais l'objectif de Pledg est précisément de reproduire la même expérience client que celle que la start-up propose sur les sites commerçants BtoC.
- **Trouver des relais de croissance** : Il y a urgence à trouver des relais de croissance quand le métier BtoC est à ce point sous tension. Dans ce contexte le marché BtoB apparaît comme un eldorado, a fortiori étant donné les taux de croissance de l'e-commerce BtoB : la part des achats en ligne dans les ventes BtoB en France était de 24 % en 2020 (contre 18 % en 2015) ; elle devrait désormais atteindre 33 % en 2025 (source Statista).

MISE EN PERSPECTIVE

- Pledg annonce compter 400 clients en France et en Europe (2 fois plus que l'an dernier), parmi lesquels Leroy Merlin, Odalys Vacances ou Corsair. La start-up fournit également l'infrastructure technique de Django à La Banque Postale.

- Sur ce segment, elle va être très challengée par d'autres acteurs du marché français, à commencer par son concurrent direct, Alma, ancien prestataire de La Banque Postale et qui vient de gagner l'[appel d'offre d'Apple](#) pour le financement de ses produits en magasin et en ligne. Alma s'intéresse depuis longtemps au marché BtoB et a accéléré sa R&D pour pouvoir sortir un produit cette année. Elle est déjà en partenariat avec la place de marché allemande BtoB Ankorstore.
- D'autres acteurs de taille plus conséquente s'y intéressent également : c'est le cas de Klarna qui a passé un accord avec Billie en Allemagne pour adresser les besoins des professionnels.
- Enfin, [la fintech française Mansa](#) a également exploré cette voie, avec un outil de scoring dédié qui permet d'évaluer le risque pour de très petites entreprises. Aujourd'hui Pledg se différencie en s'appuyant sur la base unique d'Allianz Trade qui lui permettra d'adresser les besoins des grandes entreprises.

Source : [Communiqué de presse](#)



Libeo et Docaposte, partenaires de la dématérialisation des factures

Paiements B2B – France – 29/09/2022

Le spécialiste du paiement entre entreprises [Libeo](#) vient d'annoncer son association avec la filiale numérique du groupe La Poste, [Docaposte](#). Leurs travaux communs ont porté sur la création d'une plate-forme tout-en-un certifiée par l'État, dédiée à la dématérialisation des factures. Un modèle qui collera avec la nouvelle réglementation à venir.

LES FAITS

- Libeo s'est donc associé à Docaposte afin de proposer Scala, la plate-forme de dématérialisation présentée comme la plus efficace, sûre et complète du marché.
- Cette plate-forme s'adresse aux entreprises et aux cabinets d'expertise comptable. Elle promet de leur fournir un outil tout-en-un de facturation associant des fonctionnalités :
 - d'émission de factures dématérialisées,
 - de suivi des factures,
 - de réception des factures électroniques,
 - d'interconnexion aux outils métiers des comptables,
 - de paiement et d'encaissement des factures,
 - de délégation de paiement,
 - d'analyse de trésorerie,
 - de relances et encaissements automatisés,
 - de faciliter la déclaration de TVA grâce à des déclarations pré-remplies,
 - etc.
- Scala s'appuiera notamment sur la solution PDP de Docaposte ainsi que sur les briques technologiques proposées par Libeo. Elle profite d'une certification administrative pour justifier de sa valeur.

ENJEUX

- **Respecter 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. La loi Finances initiée à l'époque prévoit par ailleurs un élargissement de cette obligation afin de généraliser la facturation électronique à toutes les entreprises françaises assujetties à la TVA dès 2024, avec un déploiement progressif prévu jusqu'en 2026 en fonction de la taille des entreprises.
- **Réaliser des économies d'échelle** : La mise en place de la facturation électronique doit, selon le [gouvernement](#), permettre de générer un gain de simplification évalué à 4,5 milliards d'euros pour plus de 4 millions d'entreprises.

MISE EN PERSPECTIVE

- Passage obligé pour les experts comptables et leurs clients, la dématérialisation des factures représente, selon Libeo et Docaposte, une opportunité d'améliorer les échanges, le suivi et le traitement des paiements autant que de diminuer les coûts de traitement de la facturation en général.
- Levier de lutte contre la fraude, cette obligation nécessitera néanmoins un accompagnement clair et engagé que Libeo et Docaposte s'engagent aujourd'hui à prendre en charge via leur plate-forme Scala.

Source : [Communiqué de presse](#)



Open Banking

SlimPay et Tink partenaires du paiement ouvert

Open-banking – France – 09/09/2022

La FinTech française [SlimPay](#), qui cible les entreprises ayant des process de gestion de paiements récurrents, vient d'annoncer son association avec la start-up de l'open-banking d'origine suédoise [Tink](#). Leur association a pour objectif affichée de proposer un service de paiements bancaires ouverts aux commerçants européens. Une offre affinitaire et dans la tendance visant à harmoniser les marchés.

LES FAITS

- SlimPay et Tink se sont donc engagés à offrir aux commerçants un accès aux paiements de compte à compte parfaitement intégré grâce à l'open banking.
- Concrètement, le rapprochement de Tink et SlimPay a mené à la création d'une offre de paiement permettant aux commerçants d'offrir un moyen sécurisé et transparent de configurer un prélèvement automatique à leurs clients.
- Ces derniers peuvent ainsi s'authentifier via l'open banking et effectuer un paiement pour valider leur abonnement, sans avoir à saisir manuellement leurs coordonnées ou à quitter l'application ou le site Web du commerçant (grâce à la solution SlimCollect).
- Plus en détails, les utilisateurs finaux n'ont qu'à effectuer un paiement initial via l'initiation de paiement pour lancer le processus de prélèvements automatiques lié à la validation de leur abonnement. Ils sont automatiquement redirigés vers leur application bancaire pour s'authentifier en temps réel à l'aide de données biométriques telles qu'une empreinte digitale ou Face ID.
- Parmi les clients de SlimPay pouvant initier l'intégration de cette solution, de grands noms tels que Deezer, EDF, Nespresso et Vattenfall.

ENJEUX

- **Accélérer le prélèvement** : Le nouveau moyen de paiement bancaire ouvert proposé par SlimPay et Tink est présenté comme un moyen plus rapide et plus sûr de configurer un prélèvement automatique.
- **Répondre aux attentes des consommateurs** : Un récent groupe de discussion SlimPay a révélé que 80 % des consommateurs sont préoccupés par la sécurité lors du paiement en ligne. La FinTech met en avant l'utilisation de sa solution SlimCollect comme promesse de la sécurisation de sa nouvelle offre de paiement.
- **Harmoniser le paiement pour les commerçants** : Les commerçants particulièrement visés pour le déploiement de ce service sont de grands noms à la portée internationale. Or, son partenariat avec Tink permettra à SlimPay d'évoluer rapidement sur plusieurs marchés européens, offrant un seul mode de paiement à tous les commerçants dans la zone SEPA. D'ailleurs, Tink et SlimPay défendent bien une ambition internationale concernant l'ensemble de l'Europe pour un modèle harmonisé capable d'éviter aux grands commerçants d'avoir à gérer plusieurs méthodes de paiement locales.

MISE EN PERSPECTIVE

- En avril dernier, SlimPay a [choisissait BNP Paribas](#) comme partenaire bancaire en charge de gérer ses flux interbancaires en s'appuyant sur les technologies de l'Open banking. Or, le même BNP Paribas a noué [un partenariat stratégique](#) avec la fintech Tink pour développer ses solutions d'Open Banking.
- En Europe, de nombreuses fintech développent des fonctionnalités d'automatisation des paiements récurrents à l'instar de [GoCardless](#), [Payit](#), Yapily ou encore [True Layer](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Paieement intégré

Avec Plug & Charge, BMW rend le paiement des rechargements électriques transparent

Mobilité – International – 19/09/2022

Le groupe [BMW](#) vient de présenter une nouvelle fonctionnalité destinée aux conducteurs de ses véhicules électriques. Baptisée Plug&Charge, cette fonctionnalité a pour particularité d'apporter la promesse de rendre les paiements des rechargements totalement transparents. Un engagement de simplicité maximum bienvenu alors que le modèle de l'électrique se démocratise.

LES FAITS

- Plug&Charge est donc la nouvelle offre portée désormais par le groupe BMW pour l'ensemble de ses véhicules électriques. Cette fonctionnalité doit permettre aux conducteurs de ces véhicules de les recharger de la manière la plus simple et pratique possible.
- BMW promet que les conducteurs n'auront ainsi qu'à brancher leur véhicule pour le recharger et payer automatiquement leur consommation.
- C'est le véhicule lui-même qui est en effet reconnu par le système de rechargement, via un échange électrique avec la borne. Chaque véhicule devra être au préalable associé à différents contrats de rechargement (5 fournisseurs maximum) pour que le processus de paiement soit totalement automatisé.
- La solution devrait être lancée officiellement sur le marché mi 2023, pour plusieurs modèles.

ENJEUX

- **De l'optimisation de l'automatisation du paiement** : Plus besoin donc d'utiliser une carte ou une application mobile aux bornes de rechargement. Les véhicules s'authentifient eux-mêmes, automatiquement. Ils sont reconnus par le dispositif grâce à des données d'enregistrement stockées numériquement, et un lien créé avec le moyen de paiement du conducteur.
- **Rendre les réseaux plus interopérables** : Les véhicules s'authentifient et transmettent les données contractuelles du client grâce à l'Open Plug&Charge Protocol. Ceci implique le fait que les fournisseurs des différents services de facturation stockés dans le système BMW doivent faire partie du réseau eRoaming de Hubject, la joint-venture créée par BMW, Daimler, Bosch, Siemens et les énergéticiens EnBW et RWE. Cette dernière facilite l'échange d'informations entre la borne de recharge, le fournisseur d'électricité et le constructeur. Elle représente un moyen d'harmoniser un marché jusqu'ici très cloisonné et permet à BMW de proposer une solution inédite de rechargement compatible sur plusieurs réseaux.
- **Faciliter le rechargement** : Le groupe BMW signe ici une première mondiale et une expérience aboutie en matière de simplification et d'automatisation du paiement du rechargement des véhicules électriques. Il dépasse le modèle du paiement in-car, pour promouvoir une offre de paiement by-car.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le véhicule en lui-même, support de technologies connectées, peut devenir un outil efficient de l'automatisation des services. Il l'est dans le cadre des services d'assurance et d'assistance, mais aussi de paiement.
- BMW développe encore davantage le modèle en présentant sa solution dédiée au rechargement de véhicules électriques. Des expériences de [paiement in-car](#) avaient néanmoins déjà été menées auparavant.
- Les conducteurs allemands de [Mercedes](#) peuvent ainsi profiter d'un [service de paiement simplifié](#) pour [régler leurs plein d'essence](#). Le spécialiste du paiement Fiserv, le géant du Web Amazon et le pétrolier ExxonMobil s'[associaient](#) aussi dans cette voie en 2020.

Source : [Communiqué de presse](#)

BMW GROUP



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Encaissement, mPOS, Soft POS

ING présente son application SoftPOS avec CCV

Encaissement – Pays-Bas – 08/09/2022

La banque néerlandaise [ING](#) a annoncé son partenariat avec le fournisseur international de solutions de paiement CCV concrétisé par le développement d'une application capable de transformer n'importe quel smartphone Android en terminal de paiement. Cette association illustre une nouvelle fois tout le potentiel possible des Soft Pos.

LES FAITS

- ING et CCV sont donc à l'origine d'une application mobile destinée aux professionnels équipés de tablettes ou smartphones Android. Cette association implique par ailleurs d'autres intervenants. En effet, si ING se charge du traitement transactionnel des paiements aux commerçants, la société de logiciels Cow Hills fournit une caisse mobile. Et le service ne fonctionne pour l'instant que sur les appareils mobiles ZEBRA utilisés par de nombreux détaillants mais a pour ambition de s'adapter à n'importe quel appareil Android.
- Cette application Soft Pos doit en effet permettre de transformer les appareils en terminaux de paiements sans contact, associés à une caisse enregistreuse (supportée par une seconde application). Baptisée tout simplement [SoftPOS](#), elle permet à ses utilisateurs d'encaisser n'importe où leurs clients.
- L'application prend en charge les paiements sans contact avec Mastercard, Visa, Maestro et V PAY et via Apple Pay et Google Pay.
- HEMA sera le premier commerçant à tester la solution SoftPOS en situation réelle dans trois de ses points de vente à partir de mi-septembre. Si le pilote réussit, l'enseigne entend déployer cette innovation à plus grande échelle.

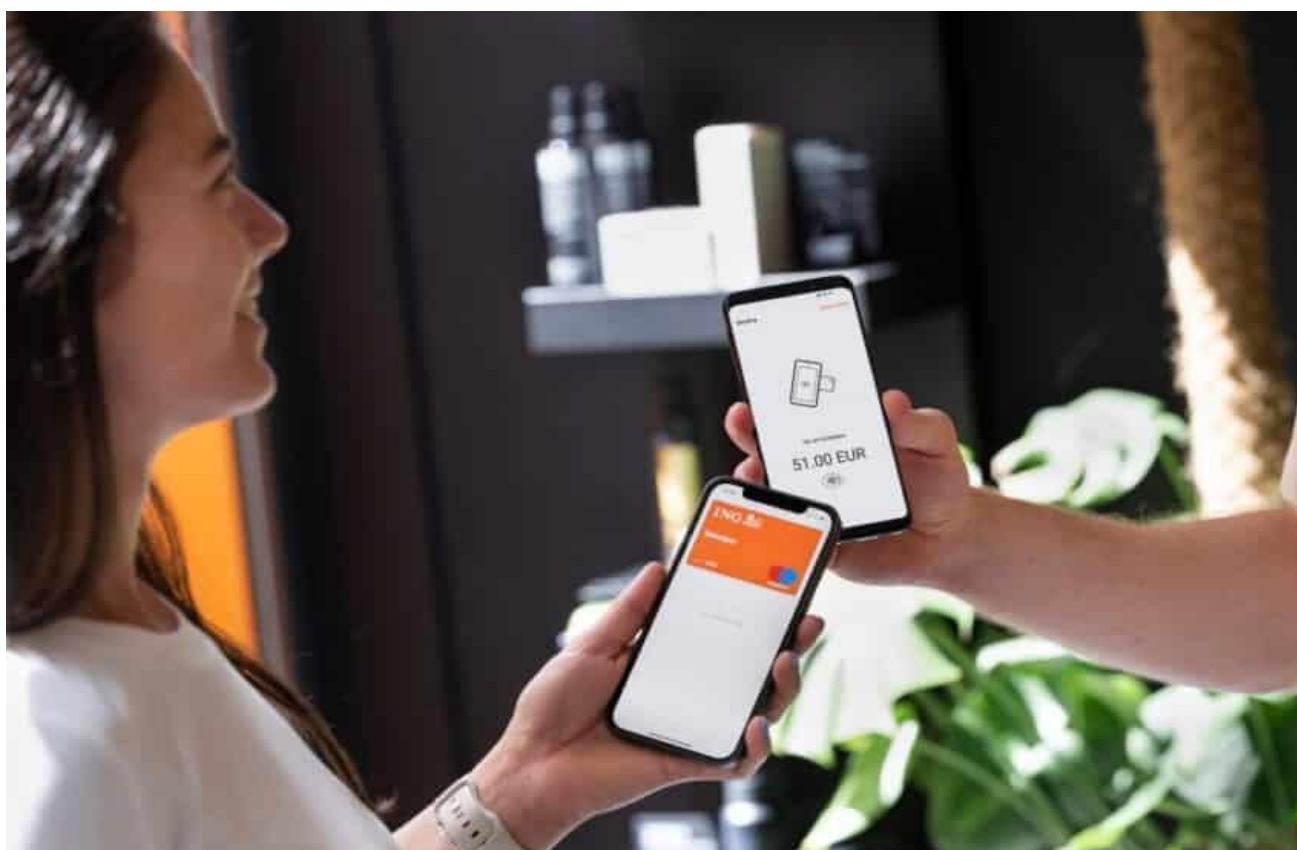
ENJEUX

- **Alléger les équipements** : Plus besoin de caisse ni de terminal de paiement, la première promesse de SoftPOS est d'alléger au maximum les équipements des professionnels en leur permettant, depuis un simple smartphone, d'encaisser leurs ventes partout où ils se trouvent.
- **Faciliter le travail des salariés** : L'application SoftPOS n'est néanmoins pas présentée comme un outil de vente à distance ou en situation de mobilité. Elle doit aussi permettre aux vendeurs de mieux servir leurs clients en magasins en leur permettant de payer n'importe où au sein des points de vente. HEMA, le premier partenaire commercial qui adoptera la solution est d'ailleurs à la tête d'une vaste chaîne de magasins.

MISE EN PERSPECTIVE

- La guerre autour de l'encaissement mobile s'est renforcée. L'arrivée d'Apple dans la bataille a évidemment suscité beaucoup d'intérêt et les acteurs traditionnels mettent les bouchées doubles pour renforcer leur position.
- Le géant du Web a ainsi présenté sa propre solution dédiée exclusivement à ses iPhones et baptisée [Tap to Pay](#). Une solution vite adoptée par certains acteurs du marché tels qu'[Adyen](#) et Stripe, désireux de profiter de l'attrait marketing d'Apple. Reste une problématique propre à Apple, s'agissant de son positionnement [anti-concurrentiel](#) et de la fermeture de ses services au sein de son écosystème.
- Une situation qui ne concerne pas l'environnement Android, ouvert à de multiples marques et constructeurs. Différentes [solutions](#) Soft Pos existent d'ailleurs sous Android. Les acteurs sur ce marché [redoublent de créativité](#) pour valoriser ces terminaux de paiements.

Source : [Communiqué de presse](#)



TSP : Titres spéciaux de paiement

Edenred se rapproche de Betterway pour compléter son offre mobilité

Mobilité – France – 22/09/2022

Le spécialiste des avantages aux salariés et des solutions prépayées [Edenred](#) vient d'annoncer son rapprochement avec la start-up [Betterway](#), qui permet aux entreprises de bénéficier d'un dispositif baptisé Forfait Mobilités Durables. Cette association vise, pour Edenred, à renforcer encore ses positions sur le marché de la mobilité durable avec un engagement mis en avant s'agissant de maintenir le pouvoir d'achat des salariés.

LES FAITS

- Betterway était lancée en France sur une opportunité née de la [Loi d'Orientation des Mobilités](#). Elle travaille depuis à démocratiser la mobilité durable au sein des entreprises françaises, en leur permettant de contribuer au financement des déplacements de leurs collaborateurs.
- En tablant sur son nouveau partenariat avec cette start-up très spécialisée, Edenred complète son offre de mobilité pour les professionnels.
- En effet, les salariés bénéficiant des services d'Edenred pourront désormais accéder à un service enrichi en matière de mobilité depuis leur application Edenred et leur Pass Mobilité. Ils pourront ainsi :
 - avoir recours à la prime carburant,
 - profiter de la prise en charge de leurs frais de transports en commun,
 - avoir recours à des modes de déplacements verts couverts par le [Forfait Mobilité Durable](#) (micromobilité, leasing de vélo, scooters électrique, recharge électrique, autopartage ou encore covoiturage),
 - mettre en place le Crédit Mobilité,
 - profiter d'une carte physique et dématérialisée, et d'une plateforme de gestion pour régler à la fois les abonnements de transports en communs, accéder aux nouvelles mobilités introduites par le « Forfait mobilités durables » et payer les frais de carburant.
- L'[offre](#) promet notamment d'éviter les avances de frais.

ENJEUX

- **Gagner encore en légitimité** : Betterway a su s'imposer au fil des années comme un prestataire de services auprès de grands groupes tels que TF1, Allianz, BPI France, Metro ou encore Axa. Mais, son rapprochement avec la référence française des avantages aux salariés Edenred devrait l'aider à gagner encore en légitimité.
- **Proposer un service harmoniser** : En signant un partenariat avec Betterway, Edenred intègre, pour sa part, un service potentiellement concurrentiel au sein de sa propre application. Elle consolide, dans le même temps, ses ambitions à devenir une super-app de services pour les salariés.

- **Valoriser la mobilité durable** : Le service prévoit d'aider les entreprises à remplacer le véhicule de fonction en faveur de la mise en place d'un Crédit Mobilité, cette contrepartie financière venant récompenser les salariés acceptant de renoncer à leur véhicule de fonction.

MISE EN PERSPECTIVE

- La nouvelle offre consolidée d'Edenred et Betterway en matière de mobilité sera proposée aux 160 000 clients et aux 7 millions de salariés utilisateurs des services d'Edenred en France. Le dispositif représente aussi un moyen de démocratiser le Forfait Mobilité Durable, présenté comme un levier d'amélioration du pouvoir d'achat des Français.
- Comme le souligne Edenred, le [plafond](#) annuel d'exonération du Forfait Mobilité Durable a en effet été relevé de 500 à 700 euros (et 800 euros en cas de cumul avec un abonnement de transport en commun), dont 400 euros maximum pour les frais de carburant. La limite d'exonération des frais de transport en commun des salariés a, quant à elle, été relevée à 75 % du prix des titres, contre 50 % précédemment.
- Le Forfait Mobilité Durable et le Crédit Mobilité représentent par ailleurs des dispositifs écoresponsables. 69 % des dirigeants d'entreprise estiment que ces dispositifs sont capables d'améliorer leur politique RSE et 62 % pensent qu'ils répondent aux attentes de leurs collaborateurs en matière de mobilité.

Source : [Communiqué de presse](#)



Virements / Initiation de paiement

Un service de RTP made in USA en cours de déploiement

Infrastructure de paiement – Etats-Unis – 07/09/2022

La [Réserve Fédérale américaine](#) vient de faire un (grand) pas en avant sur la thématique de l'initiation de paiement. Elle vient, en effet, d'annoncer le lancement prochain de son propre service, baptisé FedNow. Il démontre que le sujet du paiement instantané est résolument un sujet d'actualité, aux Etats-Unis, comme en Europe d'ailleurs.

LES FAITS

- Suite à de premiers retours positifs, la Réserve Fédérale a donc annoncé le lancement de la phase de test technique pour le service FedNow, solution de paiement en Request to Pay développé par le gouvernement américain.
- Cette phase de test débutera ainsi à la mi-septembre avec de premiers utilisateurs (parmi lesquels les institutions financières, les fournisseurs de services ainsi que les sociétés de logiciels), avant un lancement officiel prévu entre les mois de mai et juillet 2023.
- Le service FedNow sera alors ouvert à toutes les institutions financières américaines, de toutes tailles, qui pourront le proposer à leurs clients comme un nouveau service à valeur ajoutée. FedNow permettra ainsi aux utilisateurs finaux, particuliers et entreprises, d'envoyer des paiements instantanés ou des demandes de paiements à tous moments, et de recevoir les fonds directement.
- L'objectif de la Fed est de permettre à tous les Américains d'accéder à FedNow à moyen terme.

ENJEUX

- **Dynamiser le paiement dans le contrôle** : Le service FedNow est présenté comme un nouvel outil de paiement mis à la disposition des institutions financières américaines pour dynamiser leurs offres. La FED se charge de déployer ce service dont elle est à l'origine pour harmoniser le marché du paiement avec une solution sécurisée et dans l'air du temps.
- **Disrupter les moyens de paiement alternatifs** : Alors que le gouvernement américain lutte depuis plusieurs années pour [freiner](#) le développement de [monnaie numérique alternative](#), travaillant notamment à sa propre [MNBC](#), le lancement de FedNow vient concurrencer ses monnaies digitales sur le terrain de l'instantanéité et l'[interopérabilité](#).

MISE EN PERSPECTIVE

- Si la question de la légitimité du Request to pay ne porte pas sur son potentiel à faire évoluer le paiement vers l'avenir, les multiples initiatives développées sur cette thématique illustre néanmoins une certaine anarchie régnant sur ce marché.
- Ainsi, à l'échelle internationale, les solutions se développent à des rythmes particulièrement variés. Le Royaume-Uni faisait jusqu'ici office de modèle pour le développement de ce type de services, y compris par des acteurs américains tels que [MasterCard](#) ou [American Express](#).

- Des initiatives internationales sont aussi lancées, à l'image de [celle](#) d'Emirates et de la Deutsche Bank permettant d'acheter des billets d'avion via l'initiation de virement.
- Si, en Europe, le [standard européen du Request To Pay](#) est entré en vigueur le 15 juin 2021, le service peine encore à se démocratiser. Et des initiatives toujours locales se multiplient, comme l'[annonçait](#) récemment le Trésor Public français par exemple.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stratégie d'acteurs

Klarna présente des résultats (toujours) en demi-teinte

Résultats financiers – International – 02/09/2022

[Klarna](#) vient de présenter les résultats de son activité pour le premier semestre 2022. Si le géant du BNPL souligne son succès [américain](#) et la croissance de ses activités, il doit également faire face à une multiplication par quatre de ses pertes. Une information qui souligne les difficultés qu'a connues l'acteur face à l'explosion du coût du risque, mais aussi son plan pour équilibrer son activité.

LES FAITS

- Klarna affiche la croissance du volume de ses transactions enregistrées aux Etats-Unis, estimée à 109 % sur le territoire américain.
- Le géant du BNPL souligne par ailleurs le fait que la fréquence d'achat des consommateurs américains utilisant Klarna a augmenté de 37 %. Klarna compte désormais 30 millions d'utilisateurs américains pouvant utiliser ses services auprès de 49 des 100 principaux détaillants américains.
- Et à l'échelle mondiale, Klarna estime actuellement que son chiffre d'affaires a progressé de 24 %. Le groupe suédois compte désormais 150 millions de consommateurs et plus de 450 000 détaillants partenaires répartis sur 45 pays.
- Dans le même temps, Klarna affiche également des pertes en très forte augmentation. Elles s'aggravent en effet alors que Klarna [battait](#) déjà des records en mars dernier. Le spécialiste du paiement fractionné a finalement enregistré 581 millions de dollars de pertes au premier semestre 2022, multipliées par 4 par rapport à la précédente période.

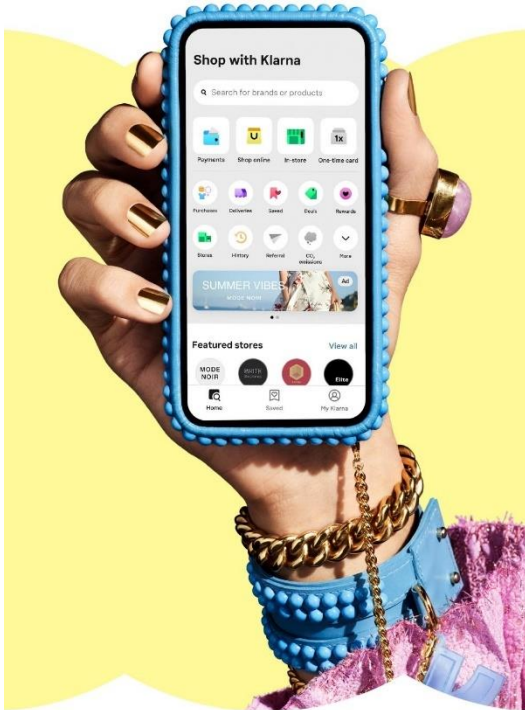
ENJEUX

- Si ses pertes d'exploitation semestrielles ont plus que quadruplé par rapport à la même période en 2021, elles sont notamment plombées par :
 - une augmentation des coûts du personnel, que Klarna espère maîtriser par la réduction de 10 % de ses effectifs en mai dernier
 - des pertes de crédit plus élevées,
 - de nouvelles [acquisitions](#),
 - un investissement continu mené par Klarna pour s'étendre sur de nouveaux marchés.
- **Le défi, retrouver la confiance des investisseurs** : la très forte baisse de valorisation de la fintech illustre le retournement des marchés dans un contexte très volatile et anxiogène. Depuis le printemps dernier, Klarna oeuvre donc pour retrouver cette confiance par des mesures correctives nombreuses. Elle passe en particulier par l'amélioration du scoring, la baisse du taux d'acceptation, et une transparence accrue dans la communication sur ses offres. Dans ce contexte, la forte croissance de son activité américaine devrait l'y aider.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2021, la présentation des résultats financiers de Klarna, et l'officialisation de ses pertes, avaient joué en sa défaveur et mené à sa dévalorisation. Aujourd'hui, la situation se tend d'autant plus que les institutions se penchent sur le cas du paiement fractionné, afin d'en limiter l'explosion.

Source : [Communiqué de presse](#)



Retour d'expérience : Swile double ses pertes

Stratégie d'acteurs – France – 14/09/2022

Une fois n'est pas coutume mais Swile, licorne française spécialisée dans les avantages salariés, a dû se plier à l'exercice de la présentation de ses résultats. Son statut de [Licorne](#) ne la protège apparemment pas des risques puisque [Swile](#) enregistre un doublement de ses pertes sur l'année 2021. Une situation qui souligne les difficultés rencontrées par ce type d'acteurs pour atteindre leur seuil de rentabilité.

LES FAITS

- Swile a donc rendu son bilan public pour l'année 2021. Et le constat est clair : si Swile s'est imposée comme une Licorne grâce à ses importantes levées de fonds, elle est très loin d'atteindre son seuil de rentabilité.
- Et la progression de ses pertes attire particulièrement l'attention puisqu'elles ont doublé entre 2020 et 2021.
- Ainsi, Swile enregistrait un chiffre d'affaires de 4,6 millions d'euros, pour un résultat net de -20,7 millions d'euros en 2020. En 2021, ce dernier résultat s'élève à -40,998 millions d'euros. En cause, les charges liées au personnels qui ont doublé sur un an suite à une politique de recrutement renforcée.
- Les représentants de la FinTech temporisent, soulignant le fait que le chiffre d'affaires de la Licorne est néanmoins passé à 11 millions d'euros sur la période, et que ses revenus récurrents annuels (ARR) atteignent 20 millions d'euros. Ils misent par ailleurs sur une rentabilisation de l'activité de la Licorne prévue pour 2024.

ENJEUX

- **Satisfaire ses appétits** : Si Swile n'a pas eu le choix que de se plier à la publication de ses résultats, c'est parce que la FinTech est entrée en négociation directe et exclusive avec son groupe BPCE pour racheter l'une de ses filiales : [Bimpli](#). Cette dernière compte 5 millions d'utilisateurs finaux, employés dans les 75 000 entreprises clientes de Bimpli.
- **Harmoniser une offre** : Cette opération était d'ores et déjà prévue au moment de l'[entrée au capital](#) de BPCE dans Swile. A l'époque en effet, il s'agissait d'effacer la marque Bimpli (ex-Apetiz), au profit de Swile afin d'harmoniser l'offre du groupe sur le thème des avantages aux salariés.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'avènement des FinTechs et des néo-banques aura rebattu les cartes sur le marché des services financiers. Et les nouveaux rapports qui se sont imposés se sont avérées plus complexes. Ainsi, ce sont d'abord les relations avec les acteurs historiques de la finance qui ont été ambivalentes, à mi-chemin entre la concurrence et l'alliance des forces.
- Le [deuxième point paradoxal](#) qui caractérise le marché des FinTech concerne leur réussite, déconnectée de toute rentabilité. Si certains acteurs semblent aujourd'hui [tirer](#) leur épingle du jeu, d'autres comme

Swile ou [Klarna](#), par exemple, atteignent le statut de Licorne en creusant leurs pertes d'une année sur l'autre.

- Reste que les investisseurs qui supportaient jusqu'ici leur modèle avec appétit semble moins motivés qu'auparavant pour accorder leurs financements (le montant des financements dans la fintech a ainsi chuté de 18 % au premier trimestre 2022 par rapport aux trois derniers mois de 2021, selon un récent [rapport](#) de CB Insights).

Source : [Communiqué de presse](#)

RÉSULTAT COURANT AVANT IMPOTS		(40 969 919)	(20 887 441)
PRODUITS EXCEPTIONNELS			
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		1 500	
Produits exceptionnels sur opérations en capital		333	18 166
Reprises sur provisions et transferts de charges			
		1 833	18 166
CHARGES EXCEPTIONNELLES			
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		317 035	9 001
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		32 697	31 874
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions			1 260
		349 732	42 135
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL		(347 898)	(23 969)
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise			
Impôts sur les bénéfices		(319 695)	(199 904)
TOTAL DES PRODUITS		17 472 653	9 114 860
TOTAL DES CHARGES		58 470 775	29 826 366
BÉNÉFICE OU PERTE		(40 998 122)	(20 711 506)

BPCE fusionne PayPlug et Dalenys pour gagner en puissance sur le marché du paiement

Stratégie d'acteur – France – 16/09/2022

Le groupe [BPCE](#) vient de révéler le rapprochement de deux de ses filiales spécialisées dans le paiement, [PayPlug](#) et [Dalenys](#). Ce mouvement est le prolongement d'une stratégie de longue date dans les paiements, qui ont pris une place croissante dans les activités du groupe. Mais c'est aussi le signal que la banque veut jouer sur un terrain de jeu européen, face à [des acteurs non bancaires](#) de plus en plus puissants.

LES FAITS

- PayPlug et Dalenys sont deux FinTech, rachetées coup sur coup par BPCE en [2016](#) et [2017](#). Ces deux intégrations sont venues enrichir les services de paiement de la banque.
- Mais ces deux acteurs avaient des profils et des offres différentes : PayPlug s'adressait plutôt aux PME, quand Dalenys était tournée vers les grands e-commerçants.
- BPCE fait aujourd'hui le choix de les fusionner sous une marque unique, Payplug (avec un petit p), pour former un acteur de référence sur le marché des solutions de paiement dédiées à l'e-commerce.
- La nouvelle FinTech comptera désormais plus de 10 milliards d'euros de volumes de transactions en 2022, près de 400 collaborateurs et 20 000 clients (PME et grands groupes, comme Veepee par exemple).
- Le nouvel ensemble sera toujours rattaché à BPCE Digital & Payments, aux côtés d'Oney et [Xpollens](#). Il aura pour missions principales de travailler sur deux problématiques majeures :
 - l'optimisation des taux de conversion lors de paiements en ligne par carte,
 - la simplification de l'expérience d'achat grâce au paiement omnicanal.
- 50 nouveaux collaborateurs devraient être recrutés par Payplug d'ici la fin d'année.

ENJEUX

- **Jouer dans la cour des grands sur une industrie d'échelle** : le volume de transactions est un critère critique pour s'imposer sur le marché. D'où le choix de BPCE de rapprocher ces deux acteurs qui ont en outre des profils très complémentaires.
- **S'imposer comme leader européen en faisant face à une concurrence accrue** : L'ambition assumée de BPCE est ici de faire de Payplug la FinTech française de référence du marché des paiements, face à la montée en puissance d'acteurs tels qu'[Adyen](#) ou [Stripe](#), qui se développent aussi bien en Europe qu'aux Etats-Unis.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si c'est la marque Payplug qui a été choisie, c'est qu'elle est plus ancienne que celle de Dalenys et s'est surtout imposée au fil des années comme un nom plus connu.
- Le groupe BPCE [consolide](#) son positionnement sur le marché du paiement depuis de nombreuses années. A cet égard, l'intégration d'[Oney](#) apparaît comme un beau succès. Depuis un an, c'est sous l'ombrelle BPCE Digital & Payments que l'ensemble de ses activités de paiement et de crédit ont été

regroupées, donnant lieu par exemple à des partenariats comme celui de PayPlug et Oney pour le lancement d'[une offre commune](#) de paiement fractionné pour PrestaShop.

- Depuis, BPCE est [entrée](#) au capital de [Swile](#) et a fusionné ses activités d'avantages aux salariés avec la start-up, effaçant de ce fait sa marque [Bimpli](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

The logo for PayPlug features a stylized icon on the left, composed of two thick, curved black shapes that resemble a plug or a stylized 'P'. To the right of this icon, the word "payplug" is written in a bold, lowercase, sans-serif font.

Free s'attaque à l'encaissement avec Stancer Pay

Stratégie d'acteur – France – 27/09/2022

Le trublion des opérateurs télécoms français, Iliad, a fait spéculer le monde du paiement, suite à des rumeurs de plus en plus précises de lancement d'une nouvelle offre. En effet, l'opérateur vient de lancer un PSP à l'origine d'une offre d'encaissement baptisée Stancer Pay. Le créateur de Free mise à nouveau sur le tarif pour se faire une place sur un marché déjà sous pression.

LES FAITS

- [Stancer Pay](#) s'adresse aux petits commerçants et aux indépendants pour leur proposer une offre d'encaissement en ligne et en point de vente.
- Contenu de l'offre :
 - une API téléchargeable par le commerçant pour commencer à accepter des paiements en ligne
 - un TPE pour accepter des paiements en point de vente
- Conditions tarifaires :
 - en point de vente : 0,7 % du montant de la transaction + 0,07 € par transaction (d'un montant supérieur à 7 €)
 - online : 0,7 % du montant de la transaction + 0,15 € par transaction (d'un montant supérieur à 7 €)
 - le TPE est gratuit (facturé 15 € par mois si le nombre de transactions est inférieur à 150 par mois)
- Stancer Pay a rodé son offre en acceptant les transactions en ligne de Free, soit 20 000 transactions par jour, pour un montant global de près d'1 milliard d'euros en 1 an. D'autres synergies pourraient être trouvées via des partenariats avec d'autres filiales du groupe.

ENJEUX

- **Rebattre les cartes du marché** : Comme Free l'avait fait sur le marché des opérateurs télécoms, Stancer Pay devrait activer les mêmes leviers pour s'imposer sur le marché des paiements. L'opérateur mise d'abord sur les prix, avec une approche très agressive, qui pourrait s'avérer 2 à 3 fois moins coûteuse pour les commerçants. Sa stratégie consiste aussi à ne pas pénaliser les transactions de petits montants et à ne pas facturer d'abonnement pour le TPE (sans engagement donc).
- **S'attaquer aux business models en place pour faire pression sur les acteurs du marché** : Les acteurs les plus concernés vont être les acteurs de l'encaissement en mobilité, comme SumUp et Zettle, mais aussi les acteurs bancaires. D'autant qu'Iliad ne compte pas s'arrêter là et devrait développer d'autres offres, du paiement fractionné au développement de sites e-commerce, en passant par une offre de paiement de mobile à mobile sur iOS.

MISE EN PERSPECTIVE

- Iliad et Free n'en sont pas à leur première incursion sur le marché des services financiers. Sous couvert de proposer des services à valeur ajoutée à ses clients, dans un contexte marqué par la diversification des acteurs de tout bord, Free présentait ainsi une offre de [leasing dédiée aux smartphones](#) en juillet

2021, en partenariat avec Younited. Baptisée Free Flex, l'offre était alors conjointe aux forfaits Free Mobile. Elle permettait au groupe de proposer une première offre financière alternative, pour contrer le modèle des offres subventionnées décriées par le patron du groupe Xavier Niel.

- Iliad dispose par ailleurs d'un code SWIFT et des statuts d'AISP et de PISP, délivrés par l'ACPR en 2019.

Source : [Site officiel](#)



Retour d'expérience : Quand Apple Pay dépasse les Schemes historiques

Stratégie d'acteurs – International – 28/09/2022

Les chiffres sont tombés récemment, mis en avant par TradingPlatforms. Ils illustrent un grand retournement sur le marché des paiements, offrant notamment une place majeure au paiement mobile. En effet, les usages d'[Apple Pay](#) auraient dépassé ceux de MasterCard dans le monde sur une année. De quoi illustrer la montée en puissance d'un service aux plus larges ambitions.

LES FAITS

- Les usages d'Apple Pay augmentent en même temps que l'acceptation du service s'élargit dans le monde. Mais le grand retournement du marché concerne surtout le fait qu'Apple Pay a finalement dépassé MasterCard en montant de transactions annuelles traitées.
- Apple Pay traite, en effet, désormais plus de 6 000 milliards de dollars de transactions annuelles dans le monde, devant MasterCard donc qui en cumule moins de 5 000 milliards de dollars.
- Pour atteindre cet objectif, Apple a notamment pu compter sur le déploiement mondial de son offre, qui a su conquérir 9 nouveaux pays en 2021. Si Apple Pay parvient à s'installer en Corée comme le groupe l'envisage, son rayonnement mondial pourrait couvrir une soixantaine de pays.
- En 2021, Apple Pay représentait par ailleurs 92 % de toutes les transactions de débit réalisées via des portefeuilles mobiles. Outre les schemes donc, Apple Pay domine largement ses concurrents directs.
- La force du service repose notamment sur la diffusion très large des appareils Apple ; 1,8 milliards de terminaux de la marque sont ainsi actifs dans le monde.
- Le service de paiement mobile reste néanmoins loin du leader incontesté du marché mondial du paiement, Visa, et ses 10 000 milliards de dollars de transactions annuelles traitées chaque année.

ENJEUX

- **Un appétit grandissant** : Outre Apple Pay, le géant du web ne cache plus ses ambitions s'agissant de dominer le marché du paiement plus largement, y compris en matière d'acceptation. Apple lançait pour cela son service [Tap to Pay](#) en début d'année pour transformer ses iPhones en supports d'acceptation des paiements.
- **Un développement à double tranchant** : Cette course n'est néanmoins pas sans conséquences pour le géant du web qui doit aussi faire face aux réalités du marché. Ainsi, si avec IOS 16, Apple voulait s'affranchir des banques en dévoilant sa propre option « [Pay Later](#) », le groupe doit finalement revoir ses ambitions. En cause, des problèmes liés au développement du service et en conséquence, un lancement prévu plutôt sur l'année 2023.
- La montée en puissance d'Apple Pay n'est pas seulement marquée par des aspects positifs. Apple doit aussi faire face aux conséquences de son appétit pour le marché, et notamment aux accusations concernant ses [pratiques anti-concurrentielles](#) aux Etats-Unis.

MISE EN PERSPECTIVE

- La montée en puissance d'Apple face aux géants des cartes bancaires illustre une tendance plus profonde s'agissant de la prise de pouvoir des acteurs alternatifs sur le marché du paiement. Si Apple fait ainsi figure de référence, ce sont finalement aussi les FinTechs et les géants du web qui rattrapent les schémas historiques sur leur propre marché.
- La pandémie du Covid-19 a largement participé à accélérer cette tendance déjà émergente avant la crise. Et aujourd'hui, si Visa reste le leader incontesté des systèmes de paiement dans le monde, MasterCard et American Express ne sont plus sur le podium.
- Outre Apple donc, ces acteurs historiques ont aussi été dépassés par [Alipay](#), troisième plus grand prestataire de services de paiement au monde en termes de volume de transactions traitées. Selon les données Statista, MasterCard est quatrième du marché, suivi ensuite par Google Pay puis seulement par American Express, PayPal, Amazon Pay et Samsung Pay.

Source : [Communiqué de presse](#)



Cryptomonnaies et MDBC

Credix organise le financement des prêts grâce aux stablecoins

Crédit – Amérique Latine – 26/09/2022

Une FinTech belge, baptisée Credix, porte de vastes ambitions sur le marché du crédit adossé aux crypto-assets. Elle adresse son offre aux pays émergents et plus particulièrement à leurs sociétés de crédit locales. Elle envisage en effet de les mettre en relation avec des investisseurs en crypto-actifs afin de renouveler les sources de financement. Un pari risqué en apparence mais tablant sur l'infrastructure des stablecoins pour disrupter les véhicules traditionnels d'investissement.

LES FAITS

- [Credix](#) porte une offre inédite sur le marché du crédit. Sa promesse ? Organiser le marché des capitaux d'emprunt comme une Blockchain, en s'appuyant sur les crypto-monnaies.
- Elle table pour cela sur une plateforme de crédit de nouvelle génération développée par ses soins, mettant en relation les investisseurs institutionnels et les prêteurs finaux (FinTech et prêteurs non bancaires).
- Les financements sont tracés sur la chaîne de l'USDC (stablecoin basé sur le dollar américain), grâce à des contrats intelligents et transparents.
- Credix travaille déjà avec différentes entreprises : A55 (spécialiste du revenue based financing), Tecredi (prêts automobiles), Descontanet (financement des PME), Provi (prêts étudiants), Adiante (financement des PME) et Divi Bank (financement SaaS). Toutes ont levé un financement par emprunt sur Credix.
- Côté investisseurs, Rockaway & MGG Investment Group sont désormais des fournisseurs de liquidités sur la plateforme. Des souscripteurs spécialisés comme Almavest, Addem Capital et Cauris les ont par ailleurs rejoints pour fournir du capital.
- Credix fait état d'une croissance déjà importante pour ses activités. A peine lancée, la FinTech estime ainsi avoir permis de financer pour 23 millions de dollars de prêts actifs en seulement six mois.

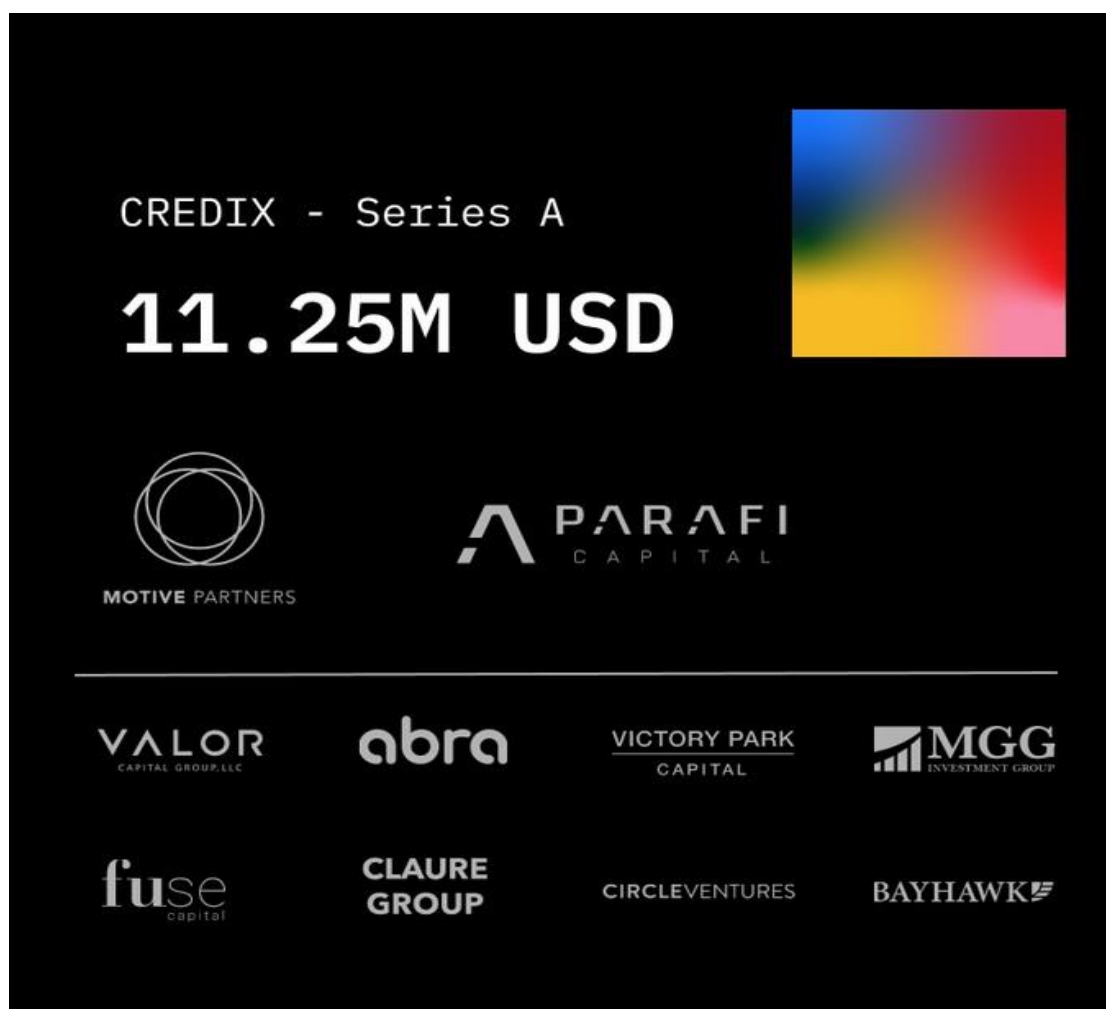
ENJEUX

- **Un pont entre la DeFi et les actifs du monde réel** : Credix présente un nouveau modèle d'utilisation des crypto-actifs dans le monde réel. Loin du Métavers, la FinTech cherche à étendre les usages et la légitimité des crypto-actifs dans l'économie, comme une alternative concrète à des problématiques spécifiques (ici, le financement des prêts).
- **Conquérir l'Amérique du Sud** : Credix a déjà débuté son activité au Brésil. Elle entend se déployer par étape en commençant par les territoires d'Amérique du Sud, du Mexique et de la Colombie en particulier. Credix espère financer pour 100 millions de dollars de prêts d'ici la fin d'année.
- **De nouveaux fonds levés pour réaliser ses ambitions** : 11,3 millions d'euros ont été levés en Série A auprès de Motive Partners Early Stage Fund et de ParaFi Capital, avec la participation de Valor Capital, Victory Park Capital, MMG Investment Group, Circle Ventures, Abra, Fuse Capital, Claire Group et le business angel Ricardo Villa Marina.

MISE EN PERSPECTIVE


- L'Amérique du Sud est un continent qui apparaît comme mature pour le développement de services innovants basés sur les crypto-actifs. Une [étude](#) de Mastercard estimait ainsi récemment que 51 % des consommateurs en Amérique latine avaient déjà effectué une transaction avec des crypto-monnaies. Plus d'un tiers déclarait par ailleurs avoir eu recours aux stablecoins comme moyen de paiement.
- Face à l'inflation galopante des monnaies locales (et notamment de leur peso officiel), les Argentins ont même trouvé dans les crypto-monnaies des valeurs refuges. Le pays compte de nombreux travailleurs préférant finalement recevoir leur salaire en crypto-monnaies ; 60 % de la population estime que le bitcoin serait en mesure de maintenir la valeur de leurs économies durant une période de deux ans.
- La plate-forme d'e-commerce brésilienne Mercado Libre vient d'[annoncer](#) le lancement au Brésil de Mercado Coin, sa propre crypto-monnaie. Dans ce contexte porteur, l'offre de Credix devrait trouver sa place.


Source : [Communiqué de presse](#)




CREDIX - Series A


11.25M USD






MOTIVE PARTNERS



PARAFI
CAPITAL



VALOR
CAPITAL GROUP, LLC



abra



VICTORY PARK
CAPITAL


MGG
INVESTMENT GROUP


fuse
capital


CLAIRE
GROUP


CIRCLEVENTURES


BAYHAWK

« The Merge », la révolution écologique de la blockchain Ethereum

Cryptographie – International – 14/09/2022

Après plusieurs années de préparation, la blockchain Ethereum, la deuxième la plus importante après la [blockchain Bitcoin](#), devrait connaître une transformation fondamentale, qui lui permettra de diminuer drastiquement sa consommation énergétique.

LES FAITS

- Créé en juillet 2015, ce protocole d'échanges décentralisés repose jusqu'à présent, comme le Bitcoin, sur une validation des transactions ou la fabrication de « token » (jeton) par la méthode de « Proof of Work » en anglais (« Preuve de travail »).
- Cette méthode va être remplacée par la « Proof of Stake » (« Preuve d'enjeu » en français) où les validateurs devront, pour toucher la récompense, placer dans un pot commun une mise de 32 Ether, la cryptomonnaie associée à Ethereum, soit environ 50 000 euros.
- Des milliers de « mineurs » d'Ether vont donc se trouver fatalement au chômage technique
- La transition d'un ancien protocole vers un plus moderne comporte des risques techniques malgré de nombreux tests en amont et les grandes plateformes comme [Binance](#) ou BitPanda ont prévu de geler les échanges durant la migration.

ENJEUX

- **Réduire drastiquement la facture énergétique :** L'ancien système de proof of work, qui est toujours le protocole qu'utilise la blockchain Bitcoin, exige une grande puissance de calcul informatique et donc de puissantes installations comme des serveurs et des cartes graphiques pour « miner », c'est-à-dire valider un bloc de données chiffrées et sécurisées. Si la fusion réussit comme prévu, « la consommation d'électricité d'Ethereum baissera de 99 % » nous assure Joe Lubin, co-créateur de Ethereum et patron de ConsenSys, éditeur notamment du portefeuille MetaMask.
- **Une opération totalement décentralisée :** La mise à jour vers Ethereum 2.0 est entièrement décentralisée. « Ce n'est pas une entreprise derrière mais de nombreux développeurs disséminés dans le monde qui veulent prouver que ce réseau a de l'avenir ». Les grands acteurs du secteur n'ont donc pas hésité à déléguer une partie de leurs équipes sur ce projet d'ampleur.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'empreinte carbone de la blockchain est l'un des principaux sujets de critique de cette technologie. Cette migration d'Ethereum pourrait, avec le temps, accroître l'acceptabilité de la blockchain et de toutes les applications qui en dépendent, par les décideurs et les régulateurs, anticipe le bancassureur néerlandais ING dans une [note récente](#).
- Face à l'échéance de leur activité, de nombreux mineurs ont exprimé leur mécontentement vis-à-vis de cette transition. A cause de cela, certains mineurs sont allés jusqu'à annoncer la création d'un fork qui conservera le Proof of Work. Depuis, ce fork est appelé « EthPow », et son jeton est l'« ETHW ».

Source : [Le Parisien](#)



ETHEREUM

La Banque des industries manufacturières veut réindustrialiser la France grâce à la DeFi

Stratégie d'acteur – France – 27/09/2022

Une nouvelle FinTech vient de faire son apparition en France, qui défend un positionnement tourné vers le soutien au développement de projets industriels français. Baptisée Banque des industries manufacturières (BIM), elle s'engage en faveur des projets industriels d'avenir dans le soutien de l'économie réelle. La particularité de cette crypto-banque est aussi de reposer sur une architecture décentralisée.

LES FAITS

- La [Banque des industries manufacturières](#) a été créée en Vendée en 2022, par l'inventeur du lave-vaisselle Bob. Elle s'apprête à lancer ses activités, après avoir présenté ses objectifs et sa raison d'être.
- La BIM prend ainsi la forme d'une néo-banque, dédiée au financement des projets industriels français, par le biais de l'épargne de la population. La particularité du projet repose sur son recours aux crypto-monnaies. Les réserves de la néo-banque sont ainsi constituées d'un crypto-actif, baptisé BIM Token.
- Concrètement, pour un futur épargnant mobilisé via la BIM, il s'agira de choisir un investissement proposé par la néo-banque pour placer une certaine somme sans frais de gestion. Un Bim token prouvant son pouvoir de gouvernance lui sera alors attribué.
- Les BIM Token pourront par la suite être utilisés sur des plate-formes telles que la [Carte Française](#), dédiée à la vente de produits et services de sociétés partenaires.

ENJEUX

- **Utiliser la crypto-finance pour soutenir l'innovation industrielle et responsable à la française** : La BIM met au cœur de ses engagements le fait d'aider à la relocalisation d'activités en France et de contribuer à la transition écologique par le soutien de projets industriels responsables. Pour ce faire, elle mise sur une architecture décentralisée (DAO), où des tokens de gouvernance sont attribués aux épargnants.
- **Une couche écologique en plus** : Si la BIM s'appuie sur une crypto-monnaie, elle met en avant le fait que cette dernière repose sur la blockchain neutre en carbone de Polygon. Un moyen de renforcer son message et de respecter ses propres engagements.
- **Booster l'épargne dans un contexte difficile** : En pleine inflation, la BIM promet à ses épargnants des taux de rendement aux alentours de 5 % par an.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le financement de l'économie réelle gagne aujourd'hui un nouveau soutien. La particularité de BIM repose sur son organisation autonome décentralisée et sur son ambition de créer, à terme, un écosystème complet permettant de soutenir le développement de l'industrie nationale mais aussi de consommer local grâce à sa crypto-monnaie interne dédiée.

Source : [Les Echos](#)



Notre première plateforme : BIM Finance

Cybersécurité, Lutte contre la fraude

GoCardless table sur l'Open Banking pour lutter contre la fraude

Lutte contre la fraude – France – 23/09/2022

[GoCardless](#) vient d'officialiser le lancement en France de son service baptisé Verified Mandates. Il est présenté comme une fonctionnalité Open Banking capable d'aider les commerçants à réduire la fraude tout en offrant une meilleure expérience client. Un modèle prédictif qui doit faire la démonstration de l'intérêt d'associer le prélèvement et le service d'informations sur les comptes (Account Information Service, AIS).

LES FAITS

- Verified Mandates est donc le nouveau service présenté par GoCardless en France. Il s'adresse particulièrement aux e-commerçants.
- Le service est directement rattaché à la plate-forme de paiement bancaire de GoCardless. Il associe le service d'informations sur les comptes (Account Information Service, AIS) permis par l'open banking, avec le prélèvement automatique.
- Sa raison d'être ? Lutter contre la fraude avant qu'elle ne se produise.
- Comment ? Grâce à un processus de vérification en trois étapes :
 - le client payeur crée un mandat de prélèvement,
 - il choisit sa banque pour se connecter à son compte en ligne et autoriser la mise en place du mandat,
 - le commerçant reçoit une confirmation instantanée de la vérification d'identité du client, ce dernier peut alors valider son paiement.
- Avant la France, ces Verified Mandates ont d'ores et déjà été lancés par GoCardless aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne.

ENJEUX

- **Conforter la pertinence de son offre pour l'e-commerce** : C'est en 2021 que la FinTech d'origine londonienne précisait vouloir miser sur l'Open Banking pour [imposer](#) sa solution sur le marché porteur du e-commerce. Elle cherchait alors à se présenter comme une alternative au paiement par carte. En ajoutant une couche dédiée à la lutte contre la fraude à son offre, elle met aujourd'hui en avant un nouvel argument.
- **Répondre à une problématique majeure** : Selon une étude réalisée par ses soins, GoCardless précise que 55 % des commerçants français considèrent la fraude comme une menace majeure, voir comme le principal risque pour leur activité. 53 % d'entre eux déclarent néanmoins continuer à fournir des biens ou des services avant d'avoir vérifié l'authenticité et la véracité des informations bancaires d'un client. Une problématique qui repose sur un manque de temps et de moyens et à laquelle GoCardless entend répondre grâce à Verified Mandates. Les risques sont particulièrement importants sur le marché du e-commerce ; Juniper Research indique que les pertes liées à la fraude aux paiements en ligne devraient atteindre 48 milliards de dollars d'ici 2023.

MISE EN PERSPECTIVE

- Fondée en 2011, GoCardless a développé un dispositif qui permet aux entreprises d'accepter des paiements récurrents par prélèvement SEPA. Elle s'est depuis, peu à peu, imposée comme une référence de son marché, y compris en France où elle [consolide](#) ses ambitions depuis son [implantation](#) en 2015.
- Son modèle semble lui avoir réussi puisque la FinTech britannique s'est depuis imposée comme une Licorne européenne. Elle [obtenait en effet ce statut](#) en début d'année, consolidant par la même occasion ses ambitions à accélérer sa croissance dans l'open banking.

Source : [Communiqué de presse](#)

