



Les faits marquants du mois

Paiement – La vague de concentration continue

- **FRANCE** – Société Générale s'offre PayXpert
- **EUROPE** – Worldline s'offre une solution de paiement dédiée aux marketplaces
- **ALLEMAGNE** – Deutsche Bank consolide ses activités de paiement avec Fiserv
- **FRANCE** – Crédit Agricole donne une autre dimension à sa filiale de BaaS

Alors que le mois dernier, le groupe BPCE scellait le rapprochement des ses filiales dédiées au paiement Payplug et Dalenys, la Société Générale profite, elle, de la conjoncture économique pour s'offrir un acteur britannique Payxpert et son rival BNP Paribas en fait de même avec la fintech Kantox. Crédit Agricole explique vouloir se renforcer dans les services de paiement auprès des PME en lançant une nouvelle offre de compte pro dans ses réseaux Crédit Agricole et LCL, qui sera opérée par Okali, la nouvelle entité issue de la SFPMEI qui doit servir les ambitions du groupe dans le domaine du Banking-as-a-Service. D'autres acteurs européens suivent le même mouvement, côté allemand, la Deutsche Bank, qui opère un virage stratégique et relance ses activités dans le domaine des paiements annonce un partenariat avec Fiserv et avec la fintech Credi2 et Worldline qui vient juste de finaliser la cession des activités d'Ingenico, annonce le rachat d'Online Payment Platforme, une entreprise néerlandaise prestataire de services de paiement en ligne offrant une solution de paiement dédiée aux marketplaces et aux plateformes. Ces grandes manœuvres ont pour objectif de renforcer la place des acteurs traditionnels sur le marché des paiements pour ne pas laisser le champ libre aux fintech montantes telles que Stripe et Adyen, mais également contre une menace de plus en plus prégnante des acteurs technologiques américains ou chinois.

Mobilité – Un virage stratégique pour les acteurs bancaires

- **FRANCE** - BNP Paribas met le cap sur la mobilité
- **FRANCE** - Sofinco s'engage un peu plus en faveur de la mobilité verte
- **FRANCE** - Crédit Agricole Consumer Finance investit sur l'avenir de la mobilité avec Hopium

Que ce soit pour préparer la transformation de leur modèle, le fameux « Beyond Banking » ou pour servir l'évolution plus large encore de nos sociétés vis-à-vis de l'urgence écologique, les banques françaises semblent converger vers la mobilité, inscrite au cœur de leur projets stratégiques. En effet, les acteurs bancaires ont multiplié les annonces de partenariats, à l'occasion du Salon automobile, comme Société Générale avec Rezoocar, Crédit Agricole, qui a travers sa filiale Sofinco Auto a signé un accord pour créer la captive Aixam Finance ; mais également des projets plus ambitieux comme la plateforme YouRmobile de Sofinco ou encore la plateforme digitale « tout-en-un » dédiée à la mobilité de BNP Paribas, annoncée à l'occasion des Mobility Days du groupe. Après l'immobilier, les banques ont donc jeté leur dévolu sur ce secteur d'activité, qui fait intervenir de nombreux acteurs. Les banques comptent s'appuyer sur leur proximité avec les clients et les partenaires pour construire une offre complète de solutions qui réponde aux besoins de tous les acteurs de l'écosystème : du constructeur jusqu'à l'utilisateur final.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES DE PAIEMENT	6
Apple fait une nouvelle incursion remarquée dans l'épargne	6
SERVICES MOBILES	8
Satispay lève des fonds et s'installe en France	8
PROGRAMMES DE FIDELITE / CASH-BACK	10
Klarna prolonge sa mue avec Spotlight	10
BNP Paribas déploie son programme de CashBack avec Paylead	12
Paypal intègre le programme de récompenses d'Honey dans Paypal Rewards	14
PAIEMENT B2B	16
Pennylane passe de la comptabilité aux comptes pros	16
BNP Paribas a dans le viseur la fintech Kantox	18
Retour d'expérience : Soan lève 3,2 millions d'euros pour accélérer son développement sur le marché des paiements entre entreprises	20
Retour d'expérience : pourquoi October replie son activité en Allemagne	22
OPEN BANKING	24
Tink et Adyen s'associent autour du paiement Open Banking	24
Pledg et Budget Insight partenaires du BNPL	26
BANKING-AS-A-SERVICE	28
Crédit Agricole donne une autre dimension à sa filiale de BaaS	28
PAIEMENT FRACTIONNE, BNPL	30
Alma décroche le contrat de la SNCF pour son offre de paiement fractionné	30
Volkswagen Bank lance une offre de prêt instantané express avec Credi2	32
Les Chèques-Vacances cèdent à la mode du paiement fractionné	34
STRATEGIE D'ACTEURS	36
Société Générale s'offre PayXpert	36
Worldline s'offre une solution de paiement dédiée aux marketplaces	38
BNP Paribas met le cap sur la mobilité	40
Deutsche Bank consolide ses activités de paiement avec Fiserv	42
CRYPTOMONNAIES ET MDBC	44
L'Europe adopte le règlement MiCA	44
Crypto.com s'installe en France	46
MasterCard devient intermédiaire des banques sur le marché des cryptos	48
JCB teste le paiement en MDBC en point de vente	50
IDENTITE NUMERIQUE ET BIOMETRIQUE	52
ABN Amro associe paiement et identité numérique	52
La Corée du Sud va stocker les cartes d'identité sur la blockchain	54
GREEN BANKING	56
Sweep met de l'éco-responsabilité dans les portefeuilles d'investissement	56

En bref

- **FRANCE – Le Comité national des paiements scripturaux (CNPS)**, fait un point d'étape concernant la mise en œuvre 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. Le CNPS a fait un point d'étape sur la mise en œuvre 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. 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 œuvre 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. 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.
- **EUROPE – L'euro numérique**, en expérimentation depuis deux ans, entre aujourd'hui dans une nouvelle phase de test afin d'étudier son interopérabilité dans le cadre de la réalisation de paiements transfrontaliers wholesale. La particularité de cette nouvelle phase d'expérimentation repose aussi sur le fait qu'elle embarque la Banque de France ainsi que 14 autres banques et infrastructures de marché. La nouvelle phase d'essais est initiée par la société de système de transfert Swift. Elle portera à nouveau sur des échanges de gros. L'objectif de cet essai est donc d'émettre des paiements transfrontaliers en Euro numérique afin de tester l'interopérabilité entre les différentes technologies et les différents systèmes de paiements existants. Autrement dit, s'assurer que tous les systèmes IT fonctionnent de manière harmonieuse pour que l'euro numérique puisse circuler et s'enregistrer sur les livres de comptes dématérialisés. L'enjeu est également de pouvoir tester de nouveaux outils : Une technologie de tokenisation des actifs par une blockchain Une plateforme pour les paiements transfrontaliers avec diverses MNBC. Ces paiements seront effectués en Euro numérique simulé, et émis par les banques

centrales participantes. Pour la Banque de France, il s'agit aujourd'hui de confirmer son engagement dans le projet.

- **FRANCE** – Depuis des années maintenant, l'opérateur télécom **Orange** tente de trouver le bon modèle pour sa filiale bancaire en France. L'offre est contrariée depuis ses débuts et le report de son lancement officiel. Depuis, Orange tente de lui offrir un souffle en multipliant les changements de cap. Mais ses trop lourdes pertes semblent vouloir aujourd'hui pousser l'opérateur à l'abandon. Crédit, crédit immobilier, assurance, renouvellement de l'offre de prêt ou même réorganisation globale... Orange semble avoir épuisé tous les recours stratégiques pour lancer sa filiale bancaire sur la voie de la réussite. Financièrement, les pertes s'aggravent, Orange Bank ayant fait perdre à son groupe quelques 880 millions d'euros en cinq ans. Si en 2021, Orange semblait chercher un repreneur pour son activité, cette décision de cession pourrait finalement se confirmer cette année. Les Echos ont annoncé détenir des informations concernant effectivement un nouveau projet de cession pour la néo-banque. Orange aurait mandaté la banque d'affaires Lazard pour lui permettre de trouver des débouchés pour sa filiale. Une vente pure et simple serait même envisagée par le groupe qui se laisserait néanmoins plusieurs options s'agissant d'une prise de participation extérieure ou même de la création d'une joint-venture. Rien n'est encore clair, mis à part le fait qu'Orange se voit actuellement dans la nécessité de repenser encore une fois son modèle.
- **FRANCE** – Comme envisagé précédemment, suite à sa sortie du giron de Crédit Mutuel Arkéa, **Budget Insight** peut aujourd'hui concrétiser le virage stratégique annoncé en se tournant résolument vers l'international. C'est le sens du rebranding opéré aujourd'hui, alors que Budget Insight devient **Powens**, "l'Open Banking doté de superpouvoirs". Ces "superpouvoirs", ce sont les nombreuses applications vers lesquelles Budget Insight s'est diversifié au fil du temps : accès aux données de prêts, accès aux comptes épargne ou d'investissement ou encore cryptomonnaies, collecte automatisée des factures et des pièces justificatives. Cette stratégie devrait être appuyée par une stratégie de rachats d'entreprises tout au long de l'année 2023, pour se renforcer en Europe. Budget Insight annonce également que sa connectivité européenne est désormais étendue, avec 1 800 institutions financières couvertes et de nombreuses plateformes d'échange de crypto-monnaies (notamment Trade Republic, DEGIRO, FTX, Binance et Bitpanda).
- **FRANCE** – Suite au rachat de la SFPMEI, rebaptisée **Okali**, le groupe Crédit Agricole avait annoncé avoir bâti une offre bancaire pour les professionnels, sur l'architecture technique de sa nouvelle filiale de Banking-as-a-Service. Ce lancement est aujourd'hui officiel, avec la commercialisation de deux offres distinctes, l'une au sein de Crédit Agricole, l'autre au sein de LCL. Ce lancement fait suite à une phase d'expérimentation, qui débouche aujourd'hui sur le lancement de deux néo-banques adressées aux professionnels (entrepreneurs individuels et indépendants) : Propulse by Crédit Agricole et LCL Essentiel Pro. Coût de l'abonnement : à partir de 8 euros par mois. Comme chez ses concurrentes, l'accent est mis sur les services de gestion permettant d'alléger la charge administrative : cela passe notamment par la gestion des notes de frais, la gestion des devis et factures, le dépôt de capital en ligne, mais aussi le précalcul, la télédéclaration et le paiement en ligne de l'Urssaf. Outre la concurrence des néo-banques pour les professionnels, comme Qonto, la plus connue ou encore Shine, rachetée par Société Générale, Crédit Agricole va aussi faire face à celle des acteurs bancaires, comme BNP avec son offre Hello Business. Pour sa part, Blank, la néo-banque pour les pros née au sein de La Fabrique by CA et lancée en 2020, continuera d'exister sous sa propre marque. Une démonstration de la capacité d'Okali à mettre à disposition son infrastructure pour des marques et des besoins distincts. Objectif chiffré : conquérir 250 000 clients d'ici 2025 pour l'ensemble de ses filiales pour les pros.
- **EUROPE** – Quatre ans après sa mise en place en 2018, la Commission européenne regrette une adoption trop lente du paiement instantané. Elle vient donc de proposer une loi qui obligerait toutes les

banques dans l'Union européenne à proposer une offre de **paiement instantané** sans frais supplémentaires par rapport au virement classique. Les banques de la zone euro seraient tenues de fournir des « paiements instantanés » dans la monnaie unique 24h/24 et 7j/7. Les nouvelles règles font partie de la politique de l'Union visant à « favoriser le développement de solutions de paiement compétitives basées sur le marché local et paneuropéen ». L'adoption est trop lente, avec seulement 11% des transferts en euros sous forme de paiements instantanés à la fin de l'année dernière en Europe, et seulement 3% en France. La proposition de loi publiée mercredi, amende la réglementation actuelle, et sera soumise aux États membres et au Parlement européen. Une fois le texte en vigueur, les banques auront un délai de six à douze mois pour l'appliquer.

Cartes de paiement

Apple fait une nouvelle incursion remarquée dans l'épargne

Epargne – Etats-Unis – 18/10/2022

Le géant américain Apple s'est, de longue date, attaché à diversifier ses activités sur le marché des services financiers. Ses efforts se sont même renforcés ces derniers mois avec le lancement d'offres remarquées de [BNPL](#) ou [d'encaissement](#) par exemple. Mais aujourd'hui, c'est à l'épargne qu'Apple s'intéresse, en présentant un service avec son partenaire bancaire historique, Goldman Sachs. C'est une fois encore la simplicité qui caractérise l'initiative, avec une fonctionnalité définie par défaut.

LES FAITS

- L'Apple Card permettra bientôt à ses utilisateurs de se constituer une épargne sur un compte affilié ouvert auprès de la banque Goldman Sachs.
- Le service est rattaché à la fonctionnalité de cash-back [Daily Cash](#) de l'Apple Card. Il se présente ainsi sous la forme d'une épargne d'impulsion, permettant de placer ce cash-back de manière automatique sur ce compte dédié.
- Le pilotage du service s'opère depuis l'Apple Wallet hébergeant l'Apple Card rattachée :
 - configuration du compte épargne,
 - gestion et suivi des économies réalisées,
 - automatisation des dépôts,
 - changement d'affectation du cash-back à tous moments (compte épargne ou Apple Card),
 - visualisation de l'épargne depuis un tableau de bord.
- Des fonds supplémentaires peuvent aussi être déposés sur le compte Goldman Sachs depuis un autre compte bancaire (virement) ou directement via l'Apple Card.
- Sans apporter plus de précision, Apple et GS précisent que ce compte épargne sera soumis à un taux d'intérêt plus élevé que les standards du marché. Aucun solde ou montant de dépôt ou de retrait minimum n'est prévu et l'épargne reste à tout moment disponible.

ENJEUX

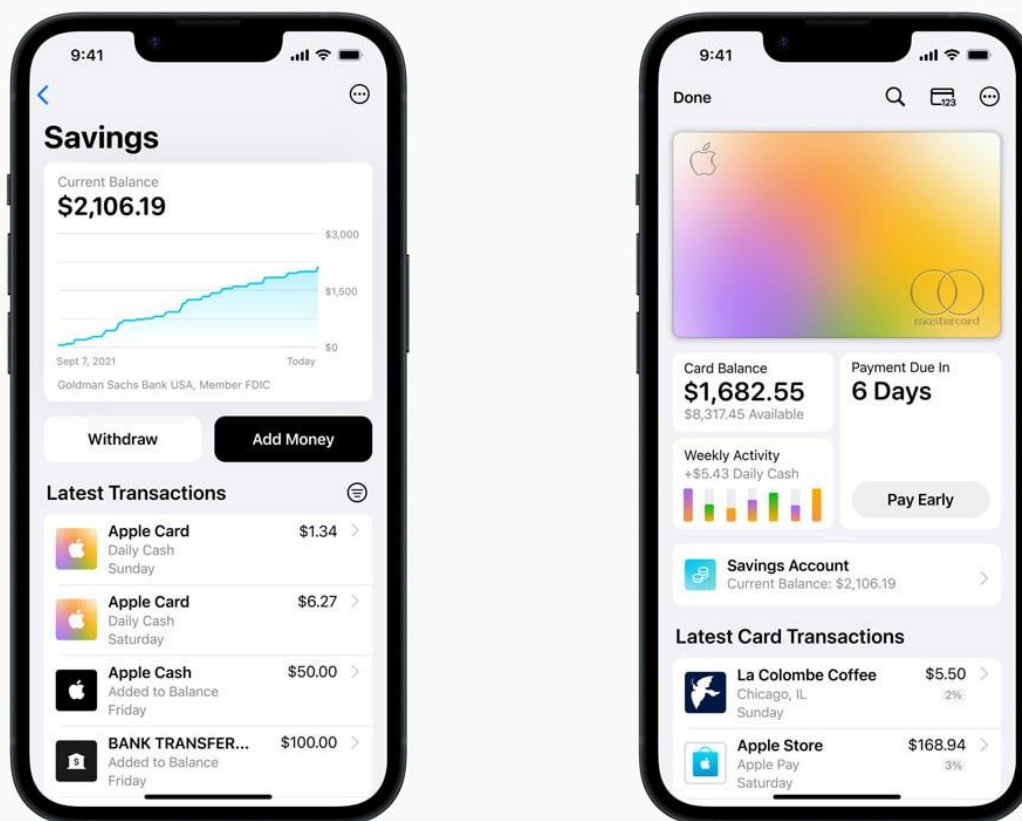
- **Mettre l'accent sur la simplicité avec une fonctionnalité définie par défaut.** Contrairement aux approches traditionnelles qui nécessitent une action particulière de la part du client, cette option d'épargne est activée par défaut pour les clients de l'Apple Card, qui voient automatiquement leur cash-back fructifier sur ce compte ; une belle incitation à épargner davantage et à considérer Apple comme un de leurs fournisseurs de services financiers. C'est précisément ce changement de perspective qui pourrait inquiéter les acteurs financiers traditionnels, plus que les velléités d'Apple de devenir une banque.
- **Consolider son positionnement financier :** alors que l'utilisation d'Apple Pay [progresse](#), la légitimité de son positionnement sur le marché bancaire n'est donc plus à prouver, et lui permet aujourd'hui de s'ouvrir naturellement à la proposition de nouveaux services financiers en continuant de s'appuyer sur son partenaire historique Goldman Sachs.

- Présentée il y a trois ans comme un ovni dans le monde des cartes de crédit, l'[Apple Card](#) avait pour ambition d'aider ses clients à payer le moins d'intérêts possible, en jouant sur le curseur débit/crédit et en les aidant à rembourser les montants engagés avant que ceux-ci ne génèrent de frais. Apple va encore plus loin dans le spectre "santé financière" en boostant leurs efforts d'épargne grâce à l'automatisation.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'automatisation de l'épargne est un service très apprécié des clients, qui a valu le succès de plusieurs fintech, qui ont démarré avec ce produit de base, telles que la néo-banque américaine [Chime](#) ou encore [Plum](#), une fintech britannique qui vient tout juste de lancer un service d'investissement rattaché à son compte d'épargne. En France, les options d'épargne basées sur le principe de l'arrondi ont également connu un franc succès.
- Pour Goldman Sachs, ce rapprochement avec Apple représente un moyen supplémentaire de servir la cible des particuliers. La banque d'investissement tablait pour cela jusqu'ici sur le déploiement de son offre dédiée, [Marcus](#), mais cette dernière semble rencontrer des [difficultés](#) selon certains observateurs du marché.

Source : [Communiqué de presse](#)



Services mobiles

Satispay lève des fonds et s'installe en France

Stratégie d'acteurs – Europe – 06/10/2022

FinTech italienne spécialisée dans le paiement mobile, [Satispay](#) affichait récemment son succès sur son marché d'origine et peut se prévaloir d'être la seule licorne du pays. Elle table aujourd'hui sur une importante levée de fonds pour pousser l'avantage plus loin et s'étendre à de nouveaux marchés, dont la France.

LES FAITS

- Satispay est à l'origine d'une solution de paiement mobile par virement. Une fois son IBAN enregistré, le client paye (ou se fait payer) en scannant un QR code et bénéficie d'autres avantages comme du cash-back.
- Un achat sur quatre, réalisé depuis un mobile dans les magasins italiens, était effectué via la solution de paiement Satispay en Italie l'an dernier. La FinTech y bénéficie ainsi d'une part de marché de 26 %.
- Elle vient aussi de réaliser une nouvelle levée de fonds menée par Addition et suivie par Greyhound Capital, Lightrock, Block, Coatue Management, Mediolanum Gestione Fondi et Tencent.
- Le montant de sa nouvelle levée de fonds en Série D est estimé à 320 millions d'euros. Cette somme lui permet d'accéder au statut de licorne, alors que sa valorisation vient de dépasser le seuil du milliard d'euros.

ENJEUX

- **Dépasser les frontières italiennes** : Bien implantée dans son pays d'origine, Satispay envisage désormais de devenir une référence du paiement à l'échelle européenne, et même, selon ses propres termes, de devenir le super réseau européen des paiements numériques.
- **Doubler ses effectifs** : Satispay entend aussi profiter de ces fonds pour recruter et passer de 300 à 600 salariés dans les 18 prochains mois. Une nouvelle force salariale qui devrait lui permettre d'animer ses quatre nouveaux bureaux installés à Milan, au Luxembourg, en Allemagne mais aussi en France.

MISE EN PERSPECTIVE

- Satispay compte actuellement quelque 3 millions d'utilisateurs, essentiellement en Italie mais aussi au Luxembourg et en Allemagne où elle a déjà débuté ses activités internationales. Plus de 200 000 commerçants sont recensés par ailleurs comme des clients du service, parmi lesquels Décathlon, Benetton ou encore Carrefour Italie.
- La FinTech italienne aux ambitions européennes a aussi dû fortement investir pour financer son expansion internationale. Fin 2021, elle cumulait en effet 10 millions d'euros de [pertes](#). Satispay

enregistrait néanmoins un doublement de son chiffre d'affaires sur un an, passé de 2,3 millions d'euros à 5,3 millions d'euros en 2021.

Source : [Linkedin](#)



Programmes de fidélité / Cash-back

Klarna prolonge sa mue avec Spotlight

E-commerce et e-paiement – États-Unis – 24/10/2022

Alors que le modèle économique du paiement fractionné est chahuté, Klarna poursuit la transformation de son application mobile et s'appuie sur ses nouvelles fonctionnalités pour devenir un acteur important du commerce en ligne. Présentée comme la plus grande innovation produit de Klarna, Spotlight s'appuie sur trois piliers : un nouveau moteur de recherche de produits enrichi, l'intégration d'une interface de live shopping et un outil de monitoring dédié aux influenceurs.

LES FAITS

- Le nouvel outil de recherche intelligente de Klarna compare des milliers de sites Web pour aider les consommateurs à trouver le meilleur prix pour n'importe quel produit et répertorie les résultats dans un aperçu ordonné.
- Spotlight présente aux consommateurs différentes options :
 - des recommandations contextuelles ;
 - des filtres de recherche par couleur, taille, évaluations des clients, disponibilité en magasin et options d'expédition ;
 - des propositions de coupons de réduction ;
 - un suivi CO2 amélioré offrant une connaissance plus approfondie des émissions générées par les achats ;
 - une option de dons à des organisations à but non lucratif, mise en place à travers un partenariat direct.
- En plus de cela, un flux de Live shopping est intégré directement au cœur de l'application Klarna. Il permet aux consommateurs d'acheter les articles directement à partir de la vidéo.
- Ce service est combiné à la Creator Platform, un portail qui connecte les créateurs et les détaillants pour mettre à l'échelle et optimiser les campagnes, Klarna continue d'ouvrir de nouveaux canaux et sources de revenus qui génèrent une croissance mesurable pour ses 450 000 partenaires retailer dans le monde.

ENJEUX

- **Rechercher, découvrir et créer** : Spotlight vise à
 - offrir un outil de recherche impartial qui offre une meilleure façon de rechercher, ce qui est une priorité pour les clients de Klarna,
 - être "un guichet unique pour les marchands et les créateurs" afin de travailler ensemble pour automatiser tout le processus d'achat, de la sensibilisation initiale aux partenariats, en passant par le suivi des ventes et les commissions.
- Klarna opère ainsi un changement sensible sur son positionnement sur la chaîne de valeur, en élargissant nettement les services proposés aux marques et aux commerçants. Klarna adopte par

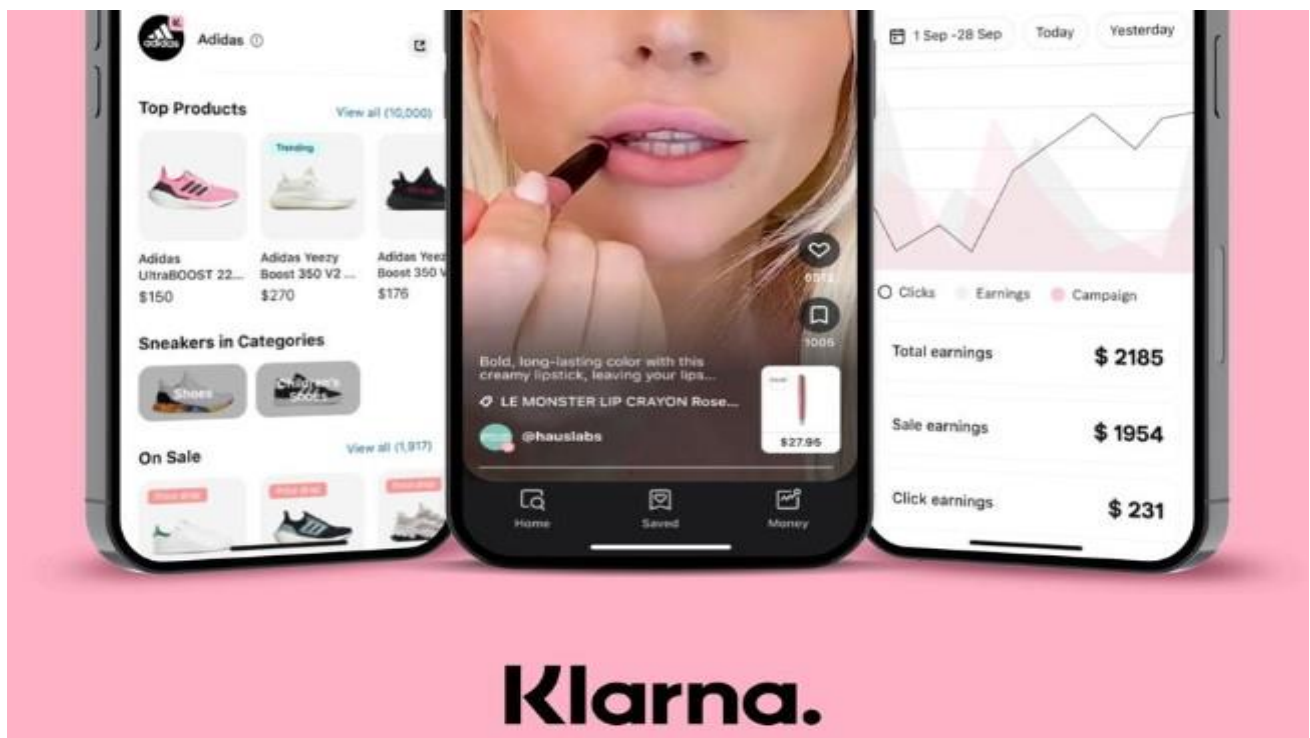
exemple un positionnement concurrent d'instagram en créant ses propres contenus vidéos en partenariat avec les marques et les influenceurs, pour favoriser l'achat en ligne et la captivité de ses clients sur son application mobile de shopping.

- **Anticiper les nouveaux usages** : Selon un rapport de Klarna, lorsqu'on leur a demandé quels services d'achat les clients prévoient d'utiliser pour leurs achats des Fêtes cette année, 42 % ont répondu des outils de comparaison de prix. D'où ce choix d'intégrer un comparateur et d'introduire une nouvelle façon de rechercher les produits.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si Klarna, qui fait face à des difficultés sur son activité historique de paiement fractionné et à d'importantes pertes en capital avec la baisse de sa valorisation, accélère sur le créneau du shopping, c'est parce que la concurrence des nouveaux acteurs du shopping en ligne tels que [Shopify](#) ou encore [instagram](#) sont elles aussi très vivace.

Source : [Site web](#)



Klarna.

BNP Paribas déploie son programme de CashBack avec Paylead

Relation client – France – 24/10/2022

La banque française [BNP Paribas](#) vient d'annoncer le lancement de son nouveau programme de CashBack baptisé "Mes Extras". A destination de ses clients particuliers, il a été développé sur la base d'un partenariat signé avec la FinTech spécialiste de l'analyse de la donnée bancaire [PayLead](#). Une offre qui tombe à pic pour convaincre dans le contexte actuel.

LES FAITS

- "[Mes Extras](#)" est donc présenté comme le nouveau programme de récompenses de BNP Paribas, à destination de ses clients particuliers en France.
- Développé en collaboration avec PayLead, il doit permettre à BNP Paribas de récompenser automatiquement ses clients particuliers à chaque fois qu'ils utiliseront ses cartes de paiement ou des prélèvements pour réaliser leurs achats auprès de nombreux partenaires (plus de 100 grands détaillants tels que Carrefour, Castorama ou encore Picard).
- "Mes Extras" permet ainsi de bénéficier d'un CashBack de 5 % applicable sans montant d'achat minimum, et directement reversé sur le compte des clients de la banque française (sous la forme d'un versement mensuel dans un délai de 30 à 90 jours après achat).
- L'activation de la fonctionnalité "Mes Extras" est gratuite et s'opère en quelques clics au sein de l'application "Mes comptes" de BNP Paribas. Cette dernière permet ensuite aux clients de consulter le montant de leurs récompenses cumulées, ainsi que les offres particulières disponibles auprès des partenaires.

ENJEUX

- **Un effort en faveur du pouvoir d'achat** : Le lancement de l'offre de BNP Paribas et PayLead intervient alors que l'inflation fait la Une de l'actualité et qu'avec elle, se pose la question de la baisse du pouvoir d'achat des Français. "Mes Extras" représente ainsi une réponse de BNP Paribas pour aider ses clients à faire face à cette situation.
- **Fidéliser** : Cette fonctionnalité devra servir à la banque française comme un levier de fidélisation. En tant que spécialiste de l'analyse des données bancaires, PayLead s'engage aussi à fournir à BNP Paribas des informations pour l'aider à affiner sa connaissance client et sa personnalisation.
- **Mettre à niveau son offre traditionnelle** : Jusque-là, les programmes de fidélité étaient réservés aux abonnés du service de paiement Lyf qui en avaient fait sa marque de fabrique ou aux clients de Hello Bank. Avec cette nouvelle offre, BNP Paribas ouvre ce type d'avantage à l'ensemble des clients de sa banque verte.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette annonce intervient alors que BNP Paribas vient aussi d'annoncer le [gel](#) de l'ensemble de ses frais bancaires pour les clients particuliers par BNP Paribas en 2023.
- Sur le thème spécifique du CashBack, les offres se sont multipliées ces dernières années, notamment portées en France par des acteurs alternatifs de type [FinTech](#). Mais BNP Paribas ne pourra pas se targuer d'être le premier acteur traditionnel à proposer ce type d'offre en France alors que [Société Générale](#), [LCL](#) ou [Crédit Agricole](#) présentait par exemple les leur il y a plusieurs années.

[Vidéo](#)

Source : [Blog](#)



Paypal intègre le programme de récompenses d'Honey dans Paypal Rewards

Programmes de fidélité – Etats-Unis – 27/10/2022

Trois ans après son rachat, Paypal annonce l'intégration de ce programme de réductions et récompenses, au sein de son application sous l'appellation Paypal Rewards. Cette nouveauté a pour objectif de permettre au wallet de se démarquer de la concurrence vis à vis d'acteurs de plus en plus inventifs dans le domaine des paiements.

LES FAITS

- Le nouveau programme remplacera « Honey Gold », le programme de récompenses pour les utilisateurs de l'extension de navigateur Honey.
- Ce programme de fidélité permet aux clients d'échanger leurs points contre de l'argent, des cartes-cadeaux ou des crédits d'achat PayPal.
- Avec le nouveau PayPal Rewards, les consommateurs pourront suivre et échanger leurs points directement dans l'application PayPal. Paypal annonce également de nouvelles manières de cumuler des avantages.
- Une fois échangés en espèces, les fonds peuvent être transférés sur un compte bancaire lié, déposés dans un compte d'épargne PayPal, donnés à un organisme de bienfaisance ou envoyés à quelqu'un d'autre sous forme de paiement peer-to-peer (P2P).

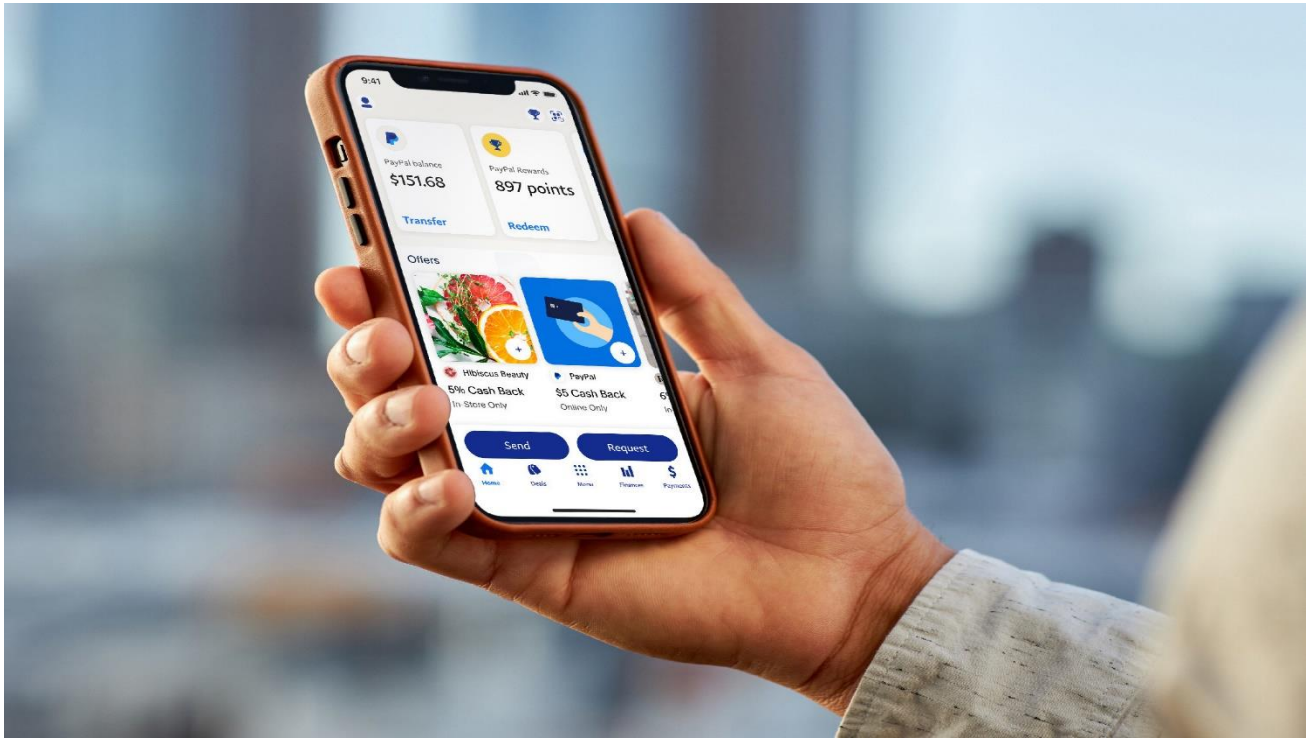
ENJEUX

- **Remonter la chaine de valeur :** Avec l'arrivée d'expériences de paiement de plus en plus intégrées, la bataille pour le paiement en ligne se déplace sur la chaine de valeur et s'éloigne de la page de paiement elle-même. Des acteurs comme Instagram, Pinterest ou encore TikTok visent à capter les utilisateurs au sein de leur écosystème. En offrant des codes promotionnels et des coupons de réductions, Paypal souhaite remonter un cran dans le parcours d'achat et diriger les consommateurs vers les sites de leurs commerçants préférés.
- **Répondre à un besoin actuel :** Avec les défis financiers auxquels les gens sont confrontés ces jours-ci, provoqués par la hausse des prix, les consommateurs sont plus attentifs et demandeurs de ce type de programmes de réductions. Selon, l'IDC, Consumer Sentiment Survey, 2022 : 25% des consommateurs américains affirment que les programmes de fidélité sont le facteur le plus important lorsqu'ils décident de réaliser un achat.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Le nouveau service qu'Apple](#) a présenté la semaine dernière est rattaché à la fonctionnalité de cash-back [Daily Cash](#) de l'Apple Card. Il se présente ainsi sous la forme d'une épargne d'impulsion, permettant de placer ce cash-back de manière automatique sur ce compte dédié.
- Klarna a également annoncé une refonte de son moteur de recherche [Spotlight](#) qui s'appuie sur des propositions de coupons de réductions intégrées directement dans le parcours d'achat.
- Enfin, les banques traditionnelles, elle aussi revisitent leurs traditionnels programmes de fidélité, à l'image de ["Mes extras"](#), le nouveau programme de cash-back de BNP Paribas.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement B2B

Pennylane passe de la comptabilité aux comptes pros

Compte professionnel – France – 03/10/2022

FinTech spécialisée dans la gestion comptable et financière des entreprises, [Pennylane](#) vient d'officialiser le lancement de sa nouvelle offre alternative au compte bancaire traditionnel. Son Compte Pro s'adresse toujours aux entreprises ; il intègre un service de paiement directement à son offre de comptabilité, ce qui la positionne désormais comme un concurrent d'acteurs comme [Qonto](#).

LES FAITS

- Pennylane propose historiquement une solution SaaS à destination des TPE et PME françaises, de comptabilité numérique, associant outils d'automatisation et expertise humaine des comptables. En complément, elle leur proposera aussi, désormais, une nouvelle offre baptisée Compte Pro.
- Le service Compte Pro est une alternative aux comptes bancaires professionnels. Il permet aux dirigeants d'entreprises d'accéder à un moyen de paiement et de se connecter à une nouvelle plateforme de services capable de les aider à gérer à la fois leur comptabilité et leurs dépenses.
- Le moyen de paiement proposé par Pennylane est une carte Mastercard paramétrable (montant dépensé, période d'utilisation, types de dépenses), émise par son partenaire Swan.
- Le Compte Pro Pennylane propose par ailleurs :
 - un IBAN français ;
 - des moyens de paiement variés (virement, paiement en un clic, m-paiement tels que Google Pay, Apple Pay) ;
 - une solution de paiement et de programmation de règlements groupés jusqu'à 400 factures ;
 - l'émission de cartes de paiement physiques ou virtuelles pour équiper ses salariés (5 euros par carte supplémentaire) ;
 - un système de relance par notification pour inciter les utilisateurs des cartes à ajouter la photo de leur facture après chaque dépense, via une application mobile, permettant un rapprochement comptable automatique.
- Le Compte Pro Pennylane est inclus dans les abonnements payants Pennylane et accessible à tous les nouveaux souscripteurs.

ENJEUX

- **Une solution tout-en-un qui positionne Pennylane sur le terrain des néo-banques pour les pros** : le Compte Pro de Pennylane couvre la facturation clients et fournisseurs, le suivi de trésorerie, la comptabilité, l'ensemble des flux financiers et les paiements. Il connecte donc dépenses et comptabilité pour faciliter la vie financière des dirigeants d'entreprise. Pennylane profite de l'annonce du lancement de son Compte Pro pour confirmer le fait que la FinTech envisage, à terme, de proposer une offre complète de gestion des opérations financières pour les entreprises. Elle se positionne donc sur le terrain d'acteurs comme [Qonto](#), qui a depuis longtemps multiplié les [connexions](#) avec les acteurs de la compta et tous ceux qui évoluent dans l'environnement des professionnels.

- **Une illustration de l'évolution du Banking-as-a-Service** : Pennylane avait déjà passé un accord avec la FinTech spécialisée dans le Banking-as-a-Service, Swan, pour proposer un wallet aux entreprises. Elle va aujourd'hui plus loin en lançant un véritable compte bancaire professionnel. Un saut permis par la technologie de BaaS qui permet potentiellement à n'importe quelle entreprise de proposer une offre néo-bancaire.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'évolution des offres de services de Pennylane ne laissait pas planer beaucoup de doute sur ses objectifs stratégiques à moyen terme. Présentée depuis ses débuts comme une FinTech dédiée à la gestion comptable des entreprises, Pennylane cherchait surtout à s'imposer, au fil des [partenariats](#) et des [associations](#), comme une [marketplace](#) de [services financiers](#) au sens large pour sa cible. D'agrégateur, elle passe donc aujourd'hui officiellement au statut d'alternative bancaire dédiée aux professionnels.
- Sa stratégie tournée vers les partenariats n'est par ailleurs pas terminée. Tout récemment, Pennylane a aussi annoncé son rapprochement avec [Implid](#), acteur du droit et du conseil aux entreprises.

Source : [Blog](#)



BNP Paribas a dans le viseur la fintech Kantox

Stratégie d'acteur – France – 14/10/2022

La fintech Kantox, spécialisée dans la gestion automatisée du risque de change, est dans le viseur de BNP Paribas. Cette dernière vient de signer un accord en vue d'acquérir la fintech. La technologie de Kantox a séduit la banque qui va pouvoir la distribuer auprès de sa clientèle Entreprises. Elle mise sur un long travail au commun avec la fintech, entamé depuis 2019, pour dégager des synergies de ce rapprochement.

LES FAITS

- Kantox propose des logiciels d'automatisation de la gestion du risque de devise :
 - apparition de nouvelles expositions au risque de change,
 - analyse et suivi des risques,
 - exécution de transactions de couverture,
 - analyse de performance post-transaction.
- Un partenariat stratégique avait été initié en septembre 2019, date à laquelle BNP avait investi 8 millions d'euros dans le capital de la fintech.
- Cette acquisition en est la suite logique. Elle devrait être finalisée dans les prochains mois, suite à l'approbation des autorités réglementaires.
- Selon la presse espagnole, le montant de cette opération pourrait s'élever à 120 millions d'euros.

ENJEUX

- **Un rachat qui s'inscrit dans la lignée du plan stratégique Growth / Technology / Sustainability 2025** : Ce plan stratégique met fortement l'accent sur l'innovation technologique, au service d'un développement plus durable et d'une meilleure expérience client. Le modèle par API de Kantox et son utilisation de l'intelligence artificielle en font une start-up technologique qui répond à ces attentes. Elle permettra en outre à BNP de s'affirmer sur le marché des paiements BtoB et de mieux servir ses clients internationaux.
- **Une opération de rachat préparée de longue date** : BNP Paribas travaille effectivement depuis 3 ans avec la startup, pour lui permettre de diffuser ses offres. C'est cette stratégie qui devrait permettre à la banque de tirer le meilleur parti de ce rachat et de mieux intégrer la fintech au sein du groupe. Kantox va accélérer sa croissance dans le giron de BNP Paribas en bénéficiant à la fois de la base clients de la banque et de sa fine connaissance de ces clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- Rappelons que BNP Paribas [travaille](#) depuis cet été avec la fintech Expensya, pour proposer à ses clients une solution d'automatisation et de dématérialisation des notes de frais associée à ses offres de cartes Corporate.

- En 2020, Kantox a enregistré un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros et des pertes de 4 millions d'euros. En 2021, ce chiffre d'affaires devrait s'élever à 13,4 millions d'euros pour des pertes de 2,5 millions d'euros.

Source : [Communiqué de presse](#)

kantox



BNP PARIBAS

Retour d'expérience : Soan lève 3,2 millions d'euros pour accélérer son développement sur le marché des paiements entre entreprises

Paiements B2B – France – 25/10/2022

[Soan est une fintech bordelaise](#) créé en 2018, couvrant toute la chaîne de valeur du paiement entre entreprises via une [plateforme d'abonnement SaaS](#). Elle a obtenu un agrément de prestataire de services de paiement pour proposer sa solution sans intermédiaire et sans commission. La loi qui entrera en vigueur à partir de 2024, sur [la dématérialisation des factures](#) des entreprises, pourrait constituer une réelle opportunité pour ce nouvel acteur.

LES FAITS

- [Soan](#) est une solution SaaS par abonnement (sans commission) rendant possible l'optimisation de :
 - la gestion des paiements entre entreprises
 - la création de factures et le suivi des relances automatisées
 - le recouvrement ([en partenariat avec Allianz Trade](#))
- Sa solution SaaS permet aux entreprises de :
 - payer et se faire payer en un clic avec sa solution « Pay 1 click »
 - proposer le paiement par carte bancaire, paiement fractionné en 3 fois sans frais (via [MangoPay](#)), [virements instantanés \(via Bankin'\)](#), et prélèvements automatiques (via [Gocardless](#))
- Depuis sa création la fintech a levé 4,7 millions d'euros.
 - Une nouvelle levée de fonds (Série A) d'un montant de 3,2 millions d'euros, menée par [Seventure Partners](#) (filiale de Natixis Investment Managers) et [Allianz Trade](#), aux côtés des investisseurs historiques vient se rajouter.
 - Le CEO Nicolas Lemeteyer annonce déjà une nouvelle levée encore plus importante à moyen terme.

ENJEUX

- **Se faire une place sur le marché du paiement B2B**, entre les nouveaux entrants comme Sellsy ou encore [Pennylane](#) et les acteurs historiques. [Soan](#) compte profiter de cette levée de fonds pour accélérer son développement RH, notamment recruter des profils plus séniors pour conférer aux jeunes commerciaux leur savoir-faire, notamment via une école de vente interne. [Soan](#) dispose aujourd'hui de 40 salariés et compte en recruter 30 nouveaux sur les 12 prochains mois.
- **Miser sur l'UX et les fonctionnalités** : [Soan](#) mise sur son interface pour rendre plus simple l'utilisation de sa solution. Cette levée de fonds va permettre d'accentuer le développement de nouvelles fonctionnalités. C'est en effet sa simplicité et le fait de proposer à la fois l'émission de la facture et son paiement qui font sa proposition de valeur. L'option de paiement en 1 clic raccourcit considérablement le délai de règlement des factures, lesquelles sont en outre déjà en format dématérialisé.
- **Continuer à se développer à l'international** : l'Europe compte 23 millions d'entreprises clientes potentielles, faisant de l'internationalisation un enjeu crucial pour la startup. Elle a notamment lancé en 2021 sa solution dans une filiale espagnole.

- **Anticiper l'hyper-croissance** : la fintech compte aujourd'hui 2 000 clients et espère pouvoir en gérer quelques dizaines de milliers grâce à la loi sur la dématérialisation qui entrera en vigueur à partir de 2024.

MISE EN PERSPECTIVE :

- **La trésorerie, un enjeu majeur pour les TPE / PME françaises.** La banque de France estime que les retards de paiement représentent près de 19 milliards d'euros de manque à gagner, principalement pour les petites entreprises en défaut de trésorerie. En outre, Soan estime que chaque année, 19 milliards de factures sont émises en France, dont seulement 4,2 % sont digitalisées. Les PME passeraient en moyenne une dizaine d'heures chaque semaine à la gestion et relance de leurs factures. Avec la solution de Soan, 91 % des factures sont payées dans les 48 heures.
- L'enjeu est de taille pour [Soan](#), car le marché de la dématérialisation devrait exploser d'ici 2026, suite à l'entrée en vigueur de [la loi sur la dématérialisation à partir de 2024](#). Cette loi instaure « l'obligation de s'équiper pour émettre et recevoir des factures électroniques ». Elle s'appliquera le 1er juillet 2024 pour les grandes entreprises, six mois plus tard pour les ETI et au 1er janvier 2026 pour les 150 000 TPE et PME françaises.
- [Soan](#) a noué en février 2022 un partenariat avec La Banque Postale pour anticiper la future obligation pour les 100 000 TPE clientes de dématérialiser leurs factures. Le POC entre les deux acteurs a permis à la banque de tester l'appétence de ses clients pour ce type de service sans avoir à développer de solution en interne.

Source : [Communiqué de presse](#)



Retour d'expérience : pourquoi October replie son activité en Allemagne

Lorsqu'October a lancé son activité de prêts alternatifs en Allemagne en 2019, celle-ci s'appuyait sur le fait que cette activité était peu développée dans ce pays et qu'aucun acteur n'avait encore émergé. La structure du marché allemand composée de nombreuses PME et ETI en faisait par ailleurs un marché prometteur. Cependant, c'était sans compter avec la spécificité des banques régionales, ni le durcissement des conditions de financement qui se cumulent avec la crise économique.

LES FAITS

- L'Allemagne est un pays relativement surbanqué qui compte plus de 1600 banques, principalement réparties entre deux grandes organisations régionales. Pour ces banques, le défi est celui de la digitalisation : elles ont du mal à suivre le rythme des évolutions réglementaires et leur développement n'a pas suivi l'évolution des besoins de leurs clients.
- Il existe quelques plateformes de financements alternatifs dédiées aux PME en Allemagne, parmi lesquelles Auxmoney, Creditshef, Funding Circle et et Kapilendo [maintenant Invesdor]. Le montant des prêts aux entreprises via les places de marché allemandes s'élevait à 11,4 milliards d'euros en 2021 selon l'association des plateformes de prêt allemandes (VdK) ; ce qui reste très minime comparé au volume total du marché qui s'élève à 150 milliards d'euros.
- C'est dans ce contexte qu'October, après deux ans de présence sur le marché allemand, a pris la décision de se replier et d'y arrêter son activité en direct. Elle se concentrera désormais sur son activité en partenariat avec d'autres fintech.
- La Fintech n'a réussi à transformer que 78 projets de crédit, sur les 3 518 financés par October en Europe, pour un montant global de près de 812 millions d'euros.
- Signalons enfin que les Allemands sont très sensibles aux prix. Ils s'arrêtent généralement sur les coûts les plus visibles, à savoir le taux d'intérêt. Par conséquent, les prêts bancaires en Allemagne bénéficient généralement de taux d'intérêt très bas et les marges des banques sont donc faibles.

ENJEUX

- **Un contexte régional très spécifique** : Le marché des PME allemandes est un marché attractif (3,5 millions de PME), mais difficile. En effet, les PME allemandes sont encore très peu numérisées. Elles sont aussi très liées à leur banque locale dans la relation. Il est donc difficile d'acquérir de nouveaux clients, une difficulté à laquelle s'est fortement heurtée October, qui s'adresse essentiellement à des entreprises dont le CA est inférieur à 20 M€. L'autre grand obstacle à l'entrée sur le marché allemand est son encadrement réglementaire ; le pays a introduit des spécificités qui vont au-delà de la législation européenne sur la protection des données (RGPD) ou le blanchiment, deux facteurs qui ont compliqué la tâche de la Fintech française.
- **Un retour à l'embedded finance pour October** : En Allemagne, ses services ne seront désormais proposés qu'à travers l'interface logicielle de ses partenaires (API), des néo-banques, comme [Qonto](#) ou [Agicap](#) ou d'autres entreprises s'adressant aux PME. Avec un modèle de finance embarquée, October contourne également l'obstacle réglementaire.

MISE EN PERSPECTIVE

- En juin, October, en tant que leader français du marché, a racheté son concurrent [Credit.fr](#) au fonds d'investissement Tikehau Capital. Credit.fr est la deuxième plus grande plate-forme de prêt pour les PME françaises en termes de volumes. La nouvelle entité représentera ainsi plus de 860 millions d'euros prêtés à 3 100 entreprises européennes.
- La digitalisation à marche forcée des PME allemandes attire également des acteurs de l'affacturage comme les fintech [Billie](#) et [Mondu](#) qui ont récemment levé des fonds auprès d'acteurs importants pour digitaliser cette activité du paiement fractionné BtoB.
- D'autres acteurs français se sont heurtés aux mêmes difficultés sur le marché allemand. C'est le cas par exemple de Qonto, qui s'adresse également aux PME. Pour s'implanter durablement en Allemagne, elle a [racheté](#) Penta, son principal concurrent, déjà très bien implanté auprès de cette cible.

Source : [Les Echos](#)



october

Auf Wiedersehen



Open Banking

Tink et Adyen s'associent autour du paiement Open Banking

Open banking – Europe – 12/10/2022

La plateforme de paiement d'origine néerlandaise [Adyen](#) vient d'annoncer son association avec la start-up de l'open-banking d'origine suédoise, [Tink](#). Ce rapprochement de deux spécialistes européens du secteur des technologies financière vise à la création d'une nouvelle solution pay-by-bank associant donc le paiement à l'Open Banking.

LES FAITS

- Tink alimentera désormais la nouvelle solution de paiement pay-by-bank proposée par Adyen. Cette dernière doit permettre aux clients entreprises d'Adyen de proposer des paiements bancaire instantanés à leurs propres clients.
- Du côté des consommateurs, le paiement pourra se faire directement depuis leur environnement bancaire de manière simplifiée et sans couture.
- Le service est proposé en marque blanche par Tink, laissant à Adyen le devant de la scène vis à vis de ses clients. La mise en place du Pay-by-Bank est simplifiée, réalisable en quelques clics grâce à la plateforme unifiée d'Adyen.
- Adyen utilisait déjà la technologie [Account Check](#) de Tink, qui permet aux clients d'Adyen de vérifier instantanément la propriété du compte afin de rationaliser les paiements.
- Lancée dans un premier temps au Royaume-Uni, la solution pay-by-bank doit par la suite être étendue à plusieurs marchés au cours de l'année 2023.

ENJEUX

- **Faire avancer l'Open Banking en Europe** : Ce nouveau partenariat signé entre Tink et Adyen est présenté comme un levier d'accélération pour le déploiement du paiement open banking en Europe et participer à la révolution en cours du paiement de banque à banque (A2A).
- **Améliorer son offre** : Les forces de cette nouvelle offre de paiement sont clairement énoncées, la solution pay-by-bank est présentée comme plus sécurisée, rapide et pratique que les solutions de paiement traditionnelles. Ce partenariat permettra notamment à Adyen de lancer un service de paiement récurrent variable (VRP) que plusieurs fintech tels que [Gocardless](#) ou encore [Payit](#) ont lancé plus tôt cette année.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Rachetée](#) par Visa en 2021, Tink s'est imposée sur la scène internationale comme une référence de l'open-banking et comme un acteur capable de dynamiser cette révolution de fonds pour les services financiers. [Lemonway](#) ou [SlimPay](#) ont depuis eux aussi opté pour des partenariats avec Tink pour développer de nouveaux services de paiement ouverts.

- C'est d'ailleurs ce statut de référence qui a su convaincre Adyen aujourd'hui pour assurer le lancement, avec Tink, de leur nouveau service pay-by-bank.

Source : [Blog](#)



Pledg et Budget Insight partenaires du BNPL

BNPL B2B – France – 13/10/2022

La Fintech française spécialiste des solutions de paiement fractionné [Pledg](#) vient de trouver un nouveau partenaire de poids dans son combat pour démocratiser le [BNPL](#). Il s'agit cette fois de [Budget Insight](#), la référence française de l'agrégation de compte. Une opération de rapprochement qui souligne le dynamisme du marché et l'ambition de ces acteurs à répondre aux critiques qu'il suscite.

LES FAITS

- Dans le cadre de ce partenariat, Pledg pourra s'appuyer sur la solution [Bank de Budget Insight](#), son agrégateur de compte B2B, pour accéder aux données bancaires de plus de 2000 institutions financières européennes via l'Open Banking.
- L'objectif pour Pledg ? Connaître la solvabilité des utilisateurs finaux de ses solutions de paiement fractionné en (quasi) temps réel.
- Le dispositif doit ainsi permettre d'intégrer de manière transparente une solution d'accord au financement (paiement fractionné ou différé) au sein du parcours client.

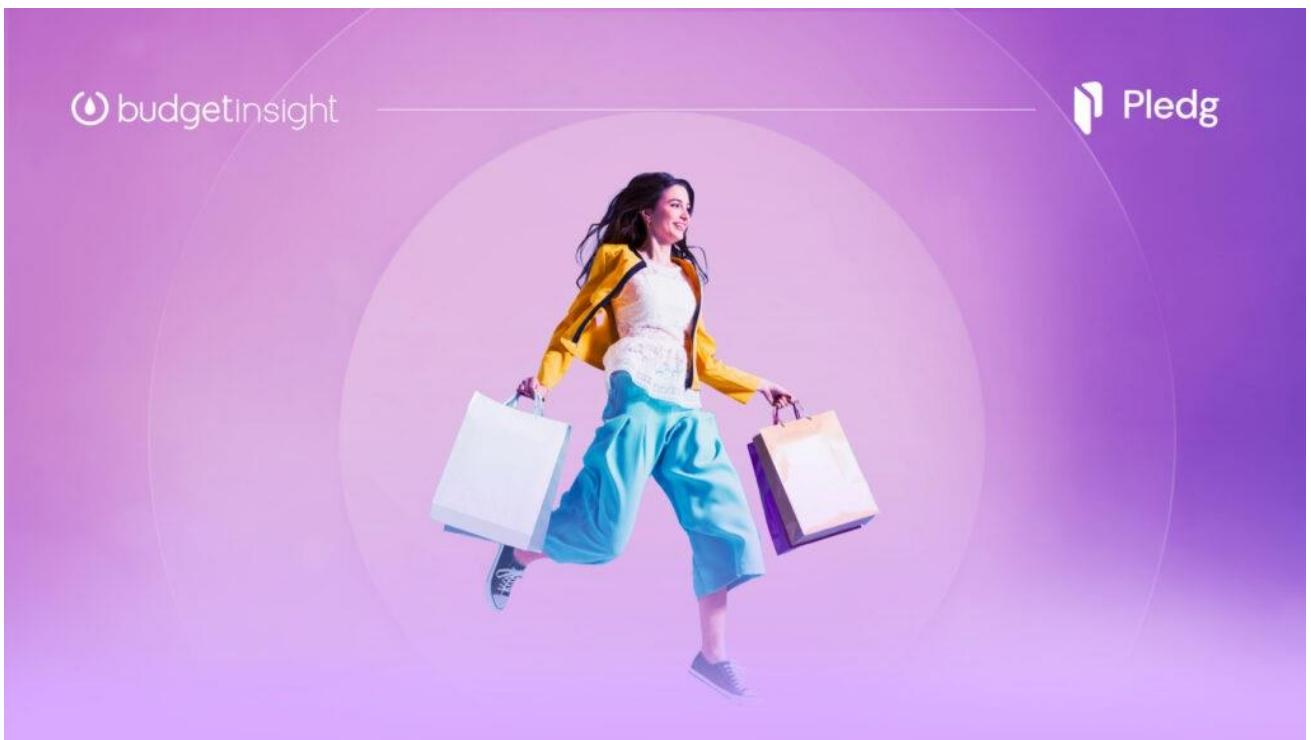
ENJEUX

- **Proposer un parcours fluide** : Les start-ups qui se sont lancées sur le créneau du BNPL B2B souhaitent hisser cette activité de crédit au niveau de ce que proposent les acteurs du B2C. La fluidité du parcours est donc un point essentiel. Dans ce cadre, le fait que Budget Insight soit capable de proposer un accès aux données des clients en moins d'une minute est un point crucial pour Pledg.
- **Contre les critiques** : Le principal objectif de Pledg et de Budget Insight est de mettre leurs expertises en commun afin de lutter contre les risques d'insolvabilité des clients des offres de BNPL, un risque désormais mieux assumé.
- **Internationaliser son offre** : Avec ce nouveau garde-fou en matière de protection des consommateurs, Pledg espère pouvoir plus facilement étendre son offre à l'international. La FinTech compte actuellement 400 clients en France et en Europe, et tablait déjà sur un [partenariat](#), signé avec Allianz Trade il y a peu, pour ouvrir sa solution au marché BtoB européen.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché du BNPL et ses acteurs se retrouvent sous le feu de critiques de plus en plus vives dans un contexte marqué par l'inflation et la baisse du pouvoir d'achat. Car, si les solutions de paiement fractionné ou différé sont présentées depuis leur lancement par les acteurs du marché comme des alternatives de paiement pratiques, elles représentent néanmoins de nouveaux risques de surendettement.
- Les instances se [mobilisent](#) d'ailleurs à travers le monde pour en assurer un encadrement plus stricte et protéger les consommateurs face à des problématiques liées au manque de transparence des offres notamment.
- Ce contexte ne semble néanmoins pas limiter les ardeurs des acteurs en présence, et les perspectives de ce marché en devenir poussent même de nouveaux prestataires de services financiers à se positionner, à l'image de Budget Insight.

Source : [Communiqué de presse](#)



Banking-as-a-service

Crédit Agricole donne une autre dimension à sa filiale de BaaS

Banking-as-a-Service – France – 10/10/2022

La Fabrique By CA, start-up studio du groupe Crédit Agricole, [rachetait](#) la société [SFPMEI](#), établissement de monnaie électronique et référence sur le marché français de la FinTech en début d'année. Aujourd'hui, elle fait un pas de plus dans la consolidation de la stratégie paiement de la banque en rebaptisant la société Okali, et en lui ouvrant de nouvelles perspectives.

LES FAITS

- Le groupe Crédit Agricole vient donc de rebaptiser la SFPMEI en Okali avec l'ambition affichée de développer son offre.
- D'abord à l'international, en permettant à [Okali](#), via son agrément français, d'étendre ses activités au sein de l'Union Européenne.
- Mais aussi en terme d'offres pures. Okali devra ainsi être capable de s'adapter aux besoins spécifiques des clients de la banque grâce à sa modularité et sa capacité à accompagner les projets innovants du groupe.
- Okali devra finalement ouvrir ses services au corporate plus qu'aux seules FinTechs afin d'intégrer les briques financières qui manquent actuellement à leurs services.

ENJEUX

- **Allier les forces** : Derrière le nouveau nom choisi pour Okali, Crédit Agricole défend son ambition de conserver l'agilité de l'ex-SFPMEI tout en mettant à son service la solidité de son groupe bancaire historique.
- **Court-circuiter la concurrence** : En intégrant Okali, Crédit Agricole gagne du temps pour se positionner sur le marché du BaaS sans avoir à développer une offre en interne de A à Z. Là encore, cette stratégie éprouvée représente pour la banque un moyen de capitaliser sur les forces existantes de sa nouvelle filiale.
- **Compléter un dispositif dédié à l'innovation** : La collaboration entre Okali et Crédit Agricole doit aussi servir à la Fabrique de la banque qui soutient l'innovation de nouveaux acteurs mais ne disposait pas, jusqu'ici, de cette brique régulée pour porter des produits disruptifs et des FinTechs.

MISE EN PERSPECTIVE

- Pionnier du Banking-as-a-Service, la SFPMEI permettait jusqu'ici à des acteurs non régulés de proposer à leurs clients des services de paiement (comptes, programmes de cartes). Elle servait de grands noms de la FinTech comme les licornes Lydia et Spendesk par exemple, mais aussi [Blank](#), le compte numérique dédié aux professionnels.
- Grâce à Okali, Crédit Agricole pourra désormais remplir son objectif de se renforcer dans les paiements auprès des petites et moyennes entreprises, des commerçants et e-commerçants, une cible historiquement moins bien servie par les acteurs traditionnels de la finance.

Source : Communiqué de presse



Païement fractionné, BNPL

Alma décroche le contrat de la SNCF pour son offre de paiement fractionné

Crédit – France – 18/10/2022

Après avoir shortlisté Floa Bank, Cofidis et [Alma](#), la [SNCF](#) vient d'arrêter son choix sur la FinTech Alma pour gérer sa future offre de [paiement en n fois](#). [SNCF](#). Cette annonce [confirme](#) la place prise par ce [jeune acteur](#), sur un marché historiquement contrôlé par des acteurs désormais challengés.

LES FAITS

- Le [positionnement](#) de la SNCF sur le marché du paiement fractionné est désormais acté. Le géant du transport ferroviaire français avait déjà franchi une étape en septembre dernier, en sélectionnant trois sociétés financières suite à un appel d'offres, à savoir : Floa Bank, Alma et Cofidis.
- C'est finalement Alma qui a été choisie par la SNCF pour devenir son partenaire dans le développement de sa future offre de paiement fractionné.
- Cette dernière devrait être proposée aux clients de la SNCF à partir de l'été 2023 pour leur permettre le règlement en plusieurs fois de leurs billets de train voyageant sur certaines grandes lignes, et à partir d'un certain montant.
- La SNCF et Alma n'ont néanmoins pas encore précisé les détails de leur future offre commune ; un contrat entre les deux parties devrait être signé dans les prochains jours.

ENJEUX

- **S'imposer face à la concurrence** : Alma est devenue en très peu de temps une référence sur le marché du paiement fractionné en France, en gagnant coup sur coup deux appels d'offre majeurs, celui d'[Apple](#) il y a quelques mois et désormais celui de la SNCF. Alma s'impose face à des acteurs historiques, qui se sont développés initialement sur le terrain de la grande distribution (Casino, Auchan, etc.) et sont désormais détenus par les banques françaises (Crédit Mutuel, BPCE et BNP Paribas). Cette annonce marque donc une évolution du paysage concurrentielle, qui s'est accélérée à la faveur du contexte pandémique, qui a poussé l'e-commerce et, dans son sillage, l'usage du paiement fractionné.
- **Une offre conjoncturelle pertinente** : Entre l'inflation et la nécessité de réduire son impact énergétique, le fait de faciliter l'accès au voyage en train s'impose comme une solution pertinente dans un contexte de crise. L'ouverture d'une offre de paiement fractionnée de la SNCF, pendant les vacances d'été qui représentent un pic d'activité (18 millions de billets vendus à l'été 2022), interviendrait ainsi à point nommé.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'automatisation de l'épargne est un service très apprécié des clients, qui a valu le succès de plusieurs fintech, qui ont démarré avec ce produit de base, telles que la néo-banque américaine [Chime](#) ou encore [Plum](#), une fintech britannique qui vient tout juste de lancer un service d'investissement rattaché à son compte d'épargne. En France, les options d'épargne basées sur le principe de l'arrondi ont également connu un franc succès.

- La SNCF suit le mouvement des géants du voyage ayant opté pour le déploiement de services de paiement fractionné. C'est Floa Bank qui gère l'offre de [CDiscount Voyages](#) et Oney qui se charge de ce déploiement auprès d'[Air France](#).
- Rappelons qu'Alma a aussi travaillé un temps avec La Banque Postale pour son offre [La Banque Postale Consumer Finance](#). Mais c'est finalement [Pledg](#), l'autre jeune fintech du marché français du BNPL qui a été choisie pour [Django](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

alma



Volkswagen Bank lance une offre de prêt instantané express avec Credi2

Paiement fractionné – Allemagne – 19/10/2022

[Credi2](#), FinTech viennoise spécialisée dans des solutions en marque blanche dans le [BNPL](#), compte parmi ses clients des groupes de renom comme [Apple](#), [Raiffeisen Bank](#), [Deutsche Bank](#) ou encore [Volkswagen Bank](#). Cette dernière vient d'ailleurs d'augmenter sa participation dans le capital de la FinTech et annonce dans le même temps le lancement de leur offre commune de prêt instantané. De quoi imposer encore un peu plus le BNPL dans le secteur de la mobilité.

LES FAITS

- Volkswagen augmente donc sa prise de participation à 28% dans le capital de la FinTech viennoise Credi2 ; sa première prise de participation à son capital était à 20% en 2019.
- Ce rapprochement pousse aussi les deux acteurs à renforcer leur collaboration en lançant une nouvelle offre. Volkswagen Bank présente en effet un prêt instantané express en partenariat avec Credi2.
- La cible ? Les clients des concessionnaires automobiles du groupe, à savoir les marques automobiles Volkswagen, Audi, Skoda, Seat, Ducati.
- Particularités de l'offre :
 - une solution 100 % numérique,
 - un financement jusqu'à 12 000€ permettant de réaliser des réparations sur son véhicule ou d'acheter des trottinettes électriques et des accessoires au sein des concessions,
 - une approbation en moins de 15 minutes.
- Ce financement n'est néanmoins pas dédié à l'achat d'un véhicule automobile.

ENJEUX

- **Booster l'activité de son réseau** : Ce partenariat est présenté comme un moyen pour les clients concessionnaires du groupe d'augmenter leurs ventes et de capter de nouveaux prospects, grâce à une solution de financement pratique et accessible.
- **Renforcer une coopération grâce au BNPL** : La nouvelle offre présentée aujourd'hui par Volkswagen Bank et Credi2 est similaire à l'offre « Finance A Bike » déjà lancée en 2021 par les deux partenaires. Cette offre de financement était aussi accessible pour un montant allant jusqu'à 12 000 euros, mais réservée, alors, à l'achat d'un vélo dans plus de 1000 magasins de vélos en Allemagne.
- **Poursuivre le déploiement de son offre bancaire** : En tant que captive financière, Volkswagen Financial Services poursuit aujourd'hui l'enrichissement de ses offres de services financiers après avoir lancé une [solution de gestion des dépenses professionnelles](#) en mai 2021 par exemple.

MISE EN PERSPECTIVE

- La croissance du BNPL a permis à de nouveaux acteurs de développer des offres en direct avec le client. La crise financière vient néanmoins compliquer la donne pour ces acteurs alternatifs, notamment du fait de la hausse des impayés et de la diminution des financements. Aujourd'hui, l'extension du modèle

de Credi2, en marque blanche, redonne de la légitimité aux acteurs traditionnels, à l'image de [Deutsche Bank](#), qui valorisent leur expertise d'intermédiaire de crédit.

- Cette solution de financement s'étend également à de nouvelles cibles, avec une offre [BtoB](#) qui permet de fluidifier le règlement des petites et moyennes entreprises. Ces solutions de BNPL sont aussi proposées pour aider les PME à gérer leur [trésorerie](#) par exemple.

Source : [Communiqué de presse](#)

VOLKSWAGEN BANK
G M B H



Les Chèques-Vacances cèdent à la mode du paiement fractionné

Paiement fractionné – France – 21/10/2022

L'Agence nationale pour les Chèques-Vacances ([ANCV](#)) s'est associée avec la FinTech française spécialiste des solutions de paiement fractionné [Pledg](#). Ce rapprochement a donné naissance à une solution de paiement innovante, associant les Chèques-Vacances Connect ANCV et les facilités de paiement de type Buy Now Pay Later. Une petite révolution pour le secteur.

LES FAITS

- Pledg permet désormais aux utilisateurs de chèques-vacances Connect ANCV de payer en plusieurs fois leurs prestations touristiques.
- Comment ? Grâce à la mise en place de nouvelles facilités de paiement cumulables aux Chèques-Vacances Connect.
- Parcours clients :
 - une fois sur le site marchand, le client final sélectionnera le paiement en plusieurs fois (en cliquant sur le bouton combo ANCV-paiement fractionné),
 - il choisira de payer une partie de sa commande avec ses Chèques-Vacances Connect ANCV,
 - l'autre partie sera payer en plusieurs fois, sous la forme de mensualités prélevées les mois suivants à partir des informations de carte bancaire du client.
- Concrètement donc, les bénéficiaires des Chèques -Vacances pourront désormais régler un même achat avec 2 modes de paiement : leur Chèques-Vacances Connect ANCV d'une part, et les facilités de paiement Buy Now Pay Later d'autre part.
- Côté marchand, aucun changement, l'intégralité du montant du panier est payée au moment de la commande.

ENJEUX

- **S'adapter aux besoins du marché** : Pledg présente son partenariat avec ANCV comme l'une des briques de son [offre sur-mesure](#), dédiée aux acteurs de la mobilité et du voyage. Parmi ses autres services, une solution permettant aux voyageurs de différer le paiement de leur réservation touristique jusqu'à trois jours avant le départ et la solution Capture On Debit permettant aux clients finaux de régler un plusieurs fois un séjour en s'assurant de sa réservation dès la première échéance.
- **De nouvelles opportunités** : Le Chèque-Vacances, titre de paiement destiné à payer les prestations de service liées aux vacances et aux loisirs, bénéficie à 4,5 millions de salariés, d'agents publics, de travailleurs indépendants et de chefs d'entreprise, soit 11 millions de personnes en comptant les membres de leurs familles.
- **Booster les activités touristiques** : Pledg souligne que le recours à ses solutions permet aux marchands de voir leur chiffre d'affaires croître de 10 %. ANCV capitalise pour sa part sur un réseau de 130 000 professionnels du secteur du tourisme et des loisirs établis partout en France, et qui pourront désormais profiter de la solution complémentaire de Pledg.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'offre commune de Pledg et ANCV représente une innovation technologique autant qu'une source de flexibilité intéressante pour les utilisateurs.
- Cette initiative souligne par ailleurs la profonde transformation qui touche aujourd'hui le secteur des titres-services. Outre les chèques-Vacances, ce sont les titres restaurant qui suscitent les initiatives innovantes et la concurrence, depuis le début du déploiement de leur format [carte](#) il y a quelques années.

Source : [La Revue du Digital](#)



Stratégie d'acteurs

Société Générale s'offre PayXpert

Acceptation – France – 04/10/2022

[Société Générale](#) vient d'annoncer son acquisition d'une nouvelle FinTech britannique, PayXpert. Cette décision doit permettre à la banque française de mettre la main sur une nouvelle base de solutions de paiement adaptées au commerce physique et en ligne, et ainsi de développer son offre omnicanale en Europe.

LES FAITS

- Société Générale vient donc d'officialiser sa signature avec la FinTech PayXpert en vue de l'acquisition de celle-ci par le groupe bancaire français, via une prise de participation majoritaire.
- Pour rappel, PayXpert est une FinTech britannique créée en 2009 et proposant des solutions de paiement et d'acceptation de paiement aux commerçants et aux e-commerçants quel que soit le moyen de paiement présenté (cartes bancaires, applications mobiles, QR code...).
- La Fintech prend en charge les paiements internationaux sur les réseaux Visa, Mastercard, WeChat Pay et Alipay et couvre ainsi les besoins de plus de 650 clients à travers plus de 170 pays dans plus de 150 devises.
- Société Générale et PayXpert envisagent d'associer leurs forces pour développer cette offre et l'enrichir de nouveaux services complémentaires, allant du crédit (avec le paiement fractionné) à l'assurance intégrée.
- La validation de cette opération de rapprochement reste soumise à l'aval des autorités concurrentielles.

ENJEUX

- **Etendre ses ambitions pour mieux impacter le marché** : La diffusion des nouvelles offres d'acceptation de paiement ne se limite plus à des frontières nationales et leur démocratisation dépend même de la capacité des acteurs à proposer des solutions largement acceptables ([Square](#), [PayPal](#), [SumUp](#),...). Avec le soutien de Société Générale, PayXpert pourrait concrétiser son ambition de s'imposer comme une référence de l'acceptation du paiement en Europe.
- **Dépasser la concurrence des acteurs historiques** : La Banque Postale, en tant que banque historique française et concurrente directe de Société Générale, propose aussi un service d'acceptation alternatif depuis le début d'année. Développé par une société spécialisée, le [mPOS Noe Money](#) se limite pour sa part à la clientèle française.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché de l'acceptation de paiement a été marqué, ces derniers temps, par le positionnement et le développement des offres d'acteurs alternatifs. D'ailleurs, PayXpert ne faisait en ce sens pas exception à la règle en tant que FinTech.
- Ainsi, outre le lancement du [Tap To Pay](#) d'Apple, [Revolut](#) a présenté dernièrement son offre pour l'Europe, et [Paynt](#) ou [Norbr](#) ont fait la démonstration de la pertinence des modèles alternatifs.

- Tous les marchés sont concernés à l'international, illustrant de la nécessité, pour les groupes financiers, de proposer des solutions désormais ouvertes, en dehors de leurs frontières nationales.

Source : [Communiqué de presse](#)



Worldline s'offre une solution de paiement dédiée aux marketplaces

Stratégie d'acteurs – Europe – 05/10/2022

Le géant du paiement mondial [Worldline](#) vient d'annoncer le rachat d'Online Payment Platform, une entreprise néerlandaise prestataire de services de paiement en ligne offrant une solution de paiement dédiée aux marketplaces et aux plateformes. Cette initiative souligne, s'il le fallait encore, l'effervescence des offres dédiées à cette cible et leur potentiel.

LES FAITS

- Worldline vient donc de réaliser une prise de participation de 40 % dans Online Payment Platform B.V. prestataire de services de paiement en ligne ciblant particulièrement les marketplaces à travers toute l'Europe et le Royaume-Uni.
- Les 60 % restant seront conservés par le fondateur et directeur général d'OPP, mais Worldline disposera d'une option d'achat complémentaire pour cette participation en 2026. La décision de ce rachat éventuel à 100 % est conditionnée par les performances futures d'OPP.
- L'opération doit encore être approuvée par les autorités compétentes, à savoir la Banque Centrale des Pays-Bas, mais Worldline espère la conclure d'ici fin 2022.

CHIFFRES CLES D'ONLINE PAYMENT PLATFORM

- 2011 : création
- 2014 : Obtention d'une licence néerlandaise PI obtenue
- une centaine de places de marché et de plateformes, telles que e-Bay Kleinanzeigen, Marktplaats (qui font toutes deux partie d'Adevinta), Gumtree, Royal FloraHolland et PayPal couvertes par ses services
- 60 employés

ENJEUX

- **Capitaliser sur un marché en plein essor** : Worldline justifie sa prise de participation en citant les chiffres très encourageants du marché des marketplaces. Car si les transactions effectuées par l'intermédiaire de places de marché représentent environ un tiers des volumes du commerce en ligne européen à ce jour, elles devraient en constituer plus de la moitié en 2025.
- **Gagner une nouvelle expertise** : Plutôt que de développer une solution en interne en partant de zéro, Worldline capitalise sur sa force de frappe en rachetant un acteur proposant d'ores et déjà une solution aboutie. Une stratégie déjà largement éprouvée.
- **S'étendre plus rapidement** : OPP précise que ce rapprochement avec Worldline lui permettra d'atteindre ses ambitions s'agissant d'accélérer sa croissance et son extension sur les principaux marchés européens.

MISE EN PERSPECTIVE

- Cette décision est présentée comme une conséquence de la pandémie et de l'évolution des habitudes de consommation. Or l'accélération des tendances du e-commerce et de la numérisation des paiements aura participé à l'essor d'acteurs alternatifs aux offres adaptées à ces évolutions. Et pour les acteurs traditionnels du paiement tels que Worldline, le rachat de ces acteurs représentent un bon moyen d'éviter la disruption et de gagner une nouvelle force afin de rester un leader du paiement à l'avenir.

- D'ailleurs, en tant leader français des paiements électroniques [Worldline](#) n'en est pas à son premier rapprochement avec des acteurs alternatifs. Il choisissait ainsi aussi de [s'associer](#) avec Algoan en mai dernier afin de développer une nouvelle solution de scoring.

Source : [Communiqué de presse](#)



BNP Paribas met le cap sur la mobilité

Stratégie d'acteur – France – 14/10/2022

[BNP Paribas](#) annonce vouloir accélérer son développement sur l'axe de la mobilité. Cette stratégie passera d'abord par des objectifs transversaux plus ambitieux, partagés par tous les métiers du groupe. Mais aussi par le lancement d'une nouvelle plateforme digitale à destination de ses clients particuliers en 2023. La banque concentre ainsi de nouveaux efforts sur le déploiement de solutions consolidées pour accompagner la transition de ses clients vers une [mobilité plus durable](#). Une stratégie qui coïncide avec une transition sociétale et le positionnement d'une part grandissante d'acteurs.

LES FAITS

- BNP Paribas souhaite aujourd'hui consolider et structurer ses différentes activités liées à la mobilité. Cette décision s'intègre dans son plan stratégique GTS 2025 et se traduit par des objectifs financiers ambitieux : réaliser 1 milliard d'euros de revenus supplémentaires dans le domaine de la mobilité d'ici 2025 ; ces revenus passeront donc de 1,9 milliard à 2,9 milliards d'euros. Cela se traduit notamment par le renforcement de partenariats avec des constructeurs (Jaguar Land Rover, Stellantis et Volkswagen Financial Services) et autres acteurs de la filière (Ionomy et Arcelor Mittal).
- Elle se matérialise aussi par le lancement début 2023 d'une application mobile "tout-en-un" dédiée à la mobilité de ses clients particuliers. Ces derniers pourront ainsi :
 - définir leurs besoins en matière de mobilité,
 - établir un budget,
 - préciser leurs préférences en matière de déplacement.
- En réponse, BNP Paribas leur proposera la solution de mobilité la plus adaptée et les services associés les plus pertinents : choix du type de véhicule, financement, assurance, etc.
- Un simulateur d'empreinte carbone ainsi qu'un calculateur de coût d'usage seront également disponibles sur la plateforme pour éclairer ses utilisateurs.
- BNP Paribas se fixe trois objectifs majeurs :
 - soutenir ses clients dans l'accélération de leur transition énergétique,
 - répondre aux nouveaux besoins et usages en matière de mobilité,
 - faciliter l'accès à une offre de mobilité adaptée à tous.

ENJEUX

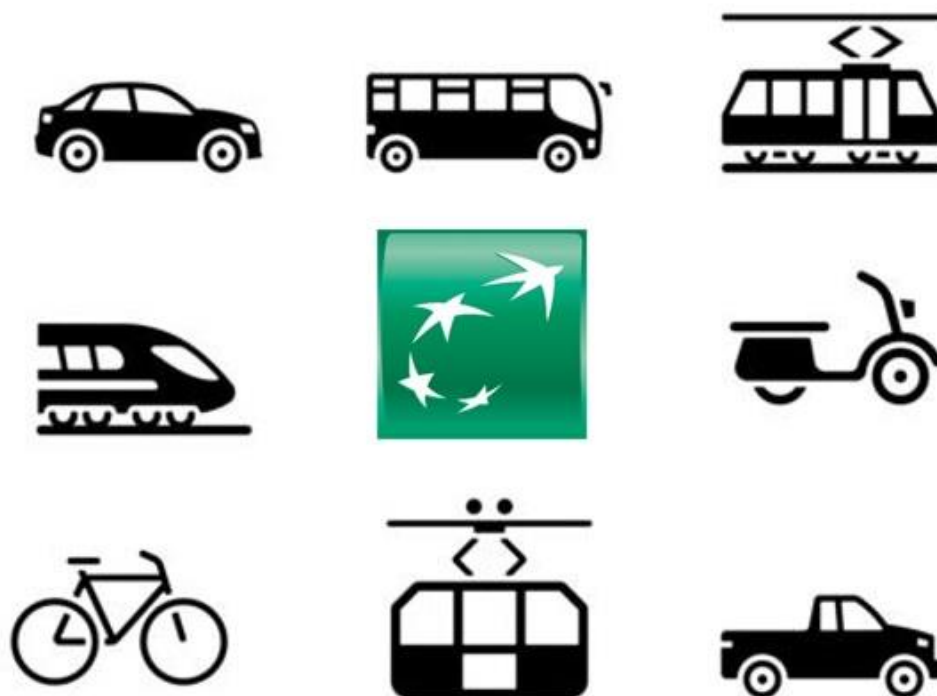
- **Consolider ses activités dans la mobilité, en BtoC ou en BtoB** : BNP Paribas est historiquement très impliquée sur la mobilité, que ce soit via sa filiale [Arval](#), via BNP Paribas Leasing Solutions, BNP Paribas Personal Finance, Cardif ou encore CIB. Le groupe envisage désormais de structurer davantage ces activités pour optimiser ses revenus et devenir la première banque partenaire de la mobilité. Arval est déjà très mobilisée, via notamment le lancement de plusieurs hubs de mobilité à destination des collaborateurs des entreprises, via des solutions de mobilité individuelle ou partagée. L'idée est de répondre aux attentes de ces collaborateurs, dont plus de la moitié en Europe estiment que la politique de mobilité de leur entreprise est insuffisante.
- **Inaugurer un hub de mobilité multimodale** : La plateforme dont le lancement est prévu début 2023 se présente comme un hub, destiné à accompagner globalement ses clients, quels que soient

leurs usages en matière de mobilité. Le projet se démarque donc par son universalité et évite les silos qui structurent généralement cette activité par type de véhicules ou par type de financements.

MISE EN PERSPECTIVE

- La conjoncture a poussé le gouvernement à revoir ses ambitions en matière de sobriété énergétique dans le cadre d'un nouveau plan de réduction de 10 % de la consommation d'énergie sur les deux prochaines années. Le gaspillage, l'efficacité énergétique mais aussi la mobilité sont des sujets placés au centre de ses objectifs. D'autant que le [projet de loi climat](#) engage la France à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 et que le Parlement européen a voté pour l'[interdiction](#) de la vente des voitures thermiques neuves dès 2035 dans l'Union européenne. Cette évolution doit donc être accompagnée par les acteurs financiers.
- Crédit Mutuel Arkéa annonçait aussi tout récemment être entré au capital du groupe [REV MOBILITÉS](#), spécialisé dans le retrofit électrique, à savoir la conversion de véhicules thermiques en véhicules électriques.
- Société Générale a également annoncé vouloir s'appuyer sur ALD (fusionnée avec LeasePlan) pour accélérer sa croissance d'ici 2025.
- BNP Paribas Fortis soutient aussi depuis plusieurs années une initiative belge de Co.Station, baptisée [Co.Mobility](#), pour favoriser l'innovation en matière de mobilité durable et efficace.

Source : [Communiqué de presse](#)



Deutsche Bank consolide ses activités de paiement avec Fiserv

Stratégie d'acteurs – Allemagne – 18/10/2022

La banque allemande [Deutsche Bank](#) vient d'annoncer la signature de son partenariat avec [Fiserv](#), la société technologique américaine spécialiste du paiement. Ce rapprochement débouche sur la création d'une nouvelle société de paiement, baptisée Vert, à destination des commerçants. Au programme, de l'encaissement, et une nouvelle étape dans le déploiement des offres de la Deutsche Bank.

LES FAITS

- "Vert" se présente comme le seul fournisseur allemand à combiner l'acceptation de paiement, leurs traitements et des solutions bancaires traditionnelles.
- Plus concrètement, la nouvelle société [Vert](#) proposera aux commerçants :
 - des solutions d'acceptation de paiement ultra portable, en mode m-POS et Soft-POS,
 - des paiements plus rapides (avec un compte crédité le jour ouvré suivant la transaction),
 - des applications de gestion (un tableau de bord en ligne fournissant des données sur les transactions et d'autres rapports commerciaux),
 - une solution de caisse.
- Trois premières solutions concrètes ont été dévoilées pour le moment par Vert :
 - Clover Flex, un TPE ultra portable tout-en-un proposé à partir de 19,99 euros par mois,
 - le PAX A50, un dongle amélioré accessible au tarif de 4,99 euros par mois,
 - l'application Go by Vert, permettant de réaliser des encaissements directement sur un smartphone Android.
- Vert prévoit d'élargir continuellement sa gamme de produits, et annonce d'ores et déjà le lancement prochain de solutions d'acceptation de paiement en ligne et de conversion de devises.

ENJEUX

- **Proposer un format alternatif** : Loin du modèle classique des TPE et des solutions de caisse, Deutsche Bank a choisi de se rapprocher de Fiserv pour présenter une offre plus moderne basée sur l'optimisation des smartphones dans le processus d'encaissement. Une offre qui intervient après la présentation de la solution [Tap To Pay d'Apple](#) et qui doit justement permettre à la banque d'éviter la disruption de ce type de proposition portée par des acteurs alternatifs.
- **Comblent les besoins de ses propres clients** : Deutsche Bank précise qu'avec ses marques Postbank et Fyrt, son groupe compte actuellement près de 800 000 PME clientes. Ce sont ces entreprises qui seront avant tout ciblées par son nouveau service. Mais les commerçants de toutes tailles, y compris non-clients du groupe, sont néanmoins invités à opter pour les solutions de Vert.
- **Suivre l'essor du cashless** : Selon une enquête de la Deutsche Bank en 2017, 74 % des personnes interrogées préféraient payer en espèces. Depuis lors, la proportion a diminué de 14 points pour atteindre 60 % en 2021. Et la pandémie aura encore accéléré cette tendance.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'histoire de la Deutsche Bank a été marquée par de multiples partenariats signés avec des acteurs spécialisés. Au fil des dernières années, cette stratégie de rapprochement aura ainsi permis à la banque de :
 - se positionner comme une pionnière du paiement instantané (dès 2019 avec [Serrala](#)),
 - d'expérimenter une place de marché de services financiers en marque blanche (avec [Deposit Solutions](#)),
 - d'assurer sa transformation numérique avec [Google](#),
 - d'entrer sur le marché du BNPL, avec [Credi2](#).
- Deutsche Bank qui décidait l'an dernier de réactiver son unité « Merchant Solutions » scelle un virage fort dans sa stratégie de paiement. Un mouvement qui semble toucher de nombreuses autres banques en France et à l'étranger : [Société générale avec Payxpert](#), Crédit agricole et Worldline ou encore [BNP Paribas et Kantox](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Cryptomonnaies et MDBC

L'Europe adopte le règlement MiCA

Réglementation – Europe – 11/10/2022

Le conseil de l'Union Européenne a publié, le 5 octobre dernier, une note d'information concernant les avancées opérées sur l'adoption du règlement [MiCA](#) (Market in Crypto-Assets). Cette adoption s'est confirmée cette semaine avec le vote du Parlement européen, alors que les différents membres de l'Union Européenne s'accordaient déjà cet été sur un cadre réglementaire commun pour les crypto-actifs. Début 2024, les acteurs européens devront donc s'y conformer.

LES FAITS

- L'Union Européenne vient d'annoncer avoir reconnu un intérêt politique à développer et promouvoir l'adoption de technologies transformatrices dans le secteur financier, y compris les technologie des registres distribués (DLT) et des crypto-monnaies.
- Le Conseil européen et le Parlement viennent, pour leur part, d'adopter le règlement MiCA visant à encadrer les crypto-actifs en circulation au sein de l'espace européen.
- Après une période d'adaptation de 12 à 18 mois selon les acteurs, ces derniers devront se conformer à ces nouvelles règles, probablement pas avant début 2024.
- Les investisseurs seront alors mieux protégés grâce à un encadrement plus strict des acteurs en présence, prévoyant notamment :
 - que les prestataires de services sur actifs numériques (PSAN en France) devront obtenir une autorisation d'exercer de la part des autorités locales dans un délai de 2 mois,
 - la création du statut de CASP ("Crypto-Asset Service Provider") pour les acteurs ayant au moins 15 millions d'utilisateurs,
 - la mise en place d'un passeport européen pour ces acteurs.
- MiCA couvrira par ailleurs les investisseurs contre les abus éventuels du marché et les délits d'initiés.

ENJEUX

- **Adapter les institutions aux avancées technologiques du marché** : L'Union Européenne précise, dans l'annonce de ses avancées sur le projet MiCA, l'urgence qui la pousse aujourd'hui à adapter la législation sur les services financiers aux nouvelles réalités du marché et à l'ère numérique.
- **Renouveler les systèmes économiques actuels** : L'Union Européenne précise que les offres de crypto-actifs peuvent représenter un mode de financement innovant et inclusif, en particulier pour les petites et moyennes entreprises. L'usage de crypto-actifs est par ailleurs considéré comme une opportunité, notamment en matière de paiements transfrontaliers.
- **De nouvelles perspectives** : La note publiée par l'Union Européenne souligne, par ailleurs, le fait que de nombreuses applications de la technologie blockchain n'ont pas encore été pleinement étudiées. Elles constituent néanmoins des perspectives variées pour la création de nouveaux types d'activités commerciales. L'Union Européenne table, ainsi, sur ces technologies d'avenir pour faire émerger de nouvelles opportunités en matière de croissance économique et d'emplois pour les citoyens.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'adoption européenne d'une législation commune sur les acteurs de la finance décentralisée devrait permettre d'harmoniser le marché et de le sécuriser. Jusqu'ici, des agréments étaient délivrés par les Etats eux-mêmes. En France par exemple, le géant Binance profitait récemment d'un agrément de l'AMF ; cela ne l'ayant pas empêché de subir une attaque d'ampleur et de perdre une centaine de millions de dollars, il y a quelques jours.
- L'adoption de MiCA intervient dans un contexte propice aux crypto-actifs en Europe, alors que la Banque Centrale Européenne travaille toujours sur le développement de son [Euro numérique](#). Un enjeu de souveraineté majeur alors que divers acteurs tentent de s'imposer sur le marché des MDBC, comme Swift par exemple qui met depuis peu en avant une [solution d'interopérabilité des monnaies numériques](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Crypto.com s'installe en France

Nouvel entrant – France – 17/10/2022

Créé en 2016, le géant des crypto-actifs [Crypto.com](#) emboîte le pas à [Binance](#) pour s'installer en France à son tour. Cet événement démontre bien qu'au-delà de la crise ponctuelle qui touche actuellement le marché des crypto-actifs, la pérennité des activités des acteurs en présence est assurée, autant que leurs ambitions se renforcent sur tous les marchés.

LES FAITS

- Le géant des crypto-actifs Crypto.com vient de confirmer le lancement effectif de sa plate-forme dans l'hexagone.
- Paris a même été choisie comme siège régional européen pour ses activités.
- Côté investissement, ce nouveau déploiement représente un important effort pour la plate-forme qui précise débloquer près de 150 millions d'euros pour atteindre ses objectifs.
- Cette somme devrait ainsi permettre à Crypto.com de soutenir :
 - la mise en place de ses opérations de marché en Europe,
 - l'installation de son siège régional à Paris,
 - le recrutement de talents locaux,
 - des investissements dans des start-ups locales (50 millions attribués à des phases d'amorçage et des Séries A).
- Crypto.com envisage notamment de mettre l'accent sur la mise en conformité de ses activités mais aussi sur son développement commercial, le lancement de nouveaux produits ainsi que sur l'éducation des consommateurs.

ENJEUX

- **Concrétiser son approbation réglementaire** : Crypto.com obtenait son [agrément](#) en tant que fournisseur de services d'actifs numériques (DASP) et PSAN auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) après avoir reçu l'autorisation de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) en septembre dernier pour opérer ses activités.
- **Faire rayonner son offre** : Crypto.com prévoit notamment de dédier une partie de ses efforts à la pédagogie et à l'éducation du plus grand nombre sur le thème des investissements en crypto-actifs. Cette démarche représente un enjeu majeur s'agissant de démocratiser son offre et donc de s'imposer auprès de la population locale comme un acteur incontournable du marché des cryptos.

MISE EN PERSPECTIVE

- La démocratisation du marché des crypto-actifs peut donc s'appuyer sur un nouvel acteur en France. Un signal fort pour les éventuels investisseurs alors que le Bitcoin, reflet de la santé du marché des crypto-actifs, frôle les 18 000 dollars, contre son record historique atteint en novembre dernier, à plus de 67 000 dollars.

- Le Fonds Monétaire International (FMI) prévoit, par ailleurs, un risque important de récession mondiale pour 2023. Or, à l'image de l'économie globale, certains observateurs estiment que la situation pour le Bitcoin et les autres crypto-actifs pourrait encore empirer.
- Reste que la tendance de la finance décentralisée ne cesse de se renforcer, portée par les initiatives d'acteurs de plus en plus variés, et par le positionnement des banques centrales sur le thème des MNBC. La Banque de France [participe](#) ainsi aux nouveaux essais en cours de l'euro numérique.

CHIFFRES CLES

- 2016 : Création
- plus de 50 millions d'utilisateurs dans le monde

Source : [Communiqué de presse](#)



MasterCard devient intermédiaire des banques sur le marché des cryptos

Cryptomonnaies – International – 20/10/2022

[MasterCard](#) cherche depuis des mois maintenant à s'imposer comme un référence du marché des crypto-actifs. Son plan stratégique pour atteindre cet objectif est aujourd'hui enrichi par une brique BtoB majeure. MasterCard a en effet développé un service à destination des banques pour les aider à proposer du [crypto-trading](#). Un moyen, pour le géant du paiement, de s'imposer comme un intermédiaire sur ce thème, y compris auprès des autres acteurs financiers.

LES FAITS

- MasterCard vient donc de présenter son nouveau programme baptisé Crypto Source. Ce dernier doit permettre aux institutions financières de déployer des services de trading en crypto-actifs de manière totalement sécurisée.
- Pour cela, MasterCard a signé un partenariat avec [Paxos](#), fournisseur réglementé de produits et services de crypto-monnaies. Les rôles des deux partenaires sont bien définis :
 - Paxos fournira des services de négociation et de garde de crypto-actifs pour le compte des banques,
 - Mastercard intégrera ses capacités technologiques dans les interfaces des banques.
- Ainsi, le programme Crypto Source offrira aux institutions financières des services :
 - d'achat, de détention et de vente d'actifs cryptographiques,
 - de sécurité et de lutte contre la fraude (via le logiciel Mastercard Crypto Secure),
 - de conseil.
- Le programme MasterCard Crypto Source est actuellement en phase de déploiement dans le cadre d'un pilote. Son lancement officiel interviendra plus tard, sans que le géant du paiement ne précise de date pour le moment.

ENJEUX

- **Accompagner pour mieux dominer** : Le principal enjeu du déploiement de ce nouveau programme pour MasterCard concerne le renforcement de son statut de pionnier et d'acteur incontournable du marché des cryptos. Plus que les services aux particuliers ou aux entreprises en tant que clients finaux de ses offres, MasterCard cherche aussi à s'imposer comme un partenaire des acteurs financiers pour couvrir l'ensemble du marché.
- **Un marché effectivement en croissance** : En dépit de la chute des cours, les crypto-actifs attirent chaque jour de nouveaux utilisateurs. L'indice Mastercard New Payments 2022 a ainsi indiqué que 29 % des personnes interrogées dans le monde détiennent désormais des crypto-actifs.
- **Un rôle de confiance majeur** : Cette démocratisation pourrait être accélérée par l'engagement des acteurs de confiance, institutions financières déjà connues par les investisseurs. Ainsi, toujours selon l'indice Mastercard New Payments 2022, 65 % des personnes interrogées indiquent qu'elles opteraient plus volontiers pour des services cryptos fournis par leur institution financière de confiance. Ce rôle de tiers de confiance est double car il est aussi majeur pour les institutions financières elles-mêmes qui soulignent que les questions de sécurité et de conformité réglementaire représentent des freins à leur

positionnement sur le marché des crypto-actifs. Or MasterCard se propose aujourd'hui de s'occuper pour elles de ces aspects.

MISE EN PERSPECTIVE

- MasterCard cherche à pérenniser ses activités et son statut de référence incontestée du paiement en sortant du seul marché de la carte pour se tourner vers une solution de paiement considérée comme d'avenir : les crypto-actifs.
- Et pour démocratiser ce marché tout en s'y offrant un rôle clé, MasterCard multiplie les initiatives via des [associations](#), des [intégrations](#) à son infrastructure de paiement, le [soutien](#) de l'émergence de MNBC, le déploiement de services de [fidélisation](#) basés sur les crypto-monnaies ou encore l'[achat](#) de l'achat de NFT.

Source : [Communiqué de presse](#)



JCB teste le paiement en MDBC en point de vente

Monnaies digitales – Japon – 26/10/2022

JCB annonce le lancement d'un pilote destiné à permettre l'utilisation en point de vente de la monnaie digitale de banque centrale du Japon. Pour cela, le schéma local s'est associé à Idemia et à Soft Space, avec un enjeu fort d'universalité. L'objectif du partenariat est en effet de s'appuyer sur l'infrastructure existante de paiement en point de vente pour permettre l'acceptation de cette MDBC en magasin.

LES FAITS

- En marge des pilotes de la banque centrale du Japon sur le test d'une monnaie numérique, JCB s'est associé à Idemia et Soft Space pour tester l'utilisation de cette monnaie en magasin, chez quelques commerçants de Tokyo.
- Le pilote, baptisé JCBDC, sera en test jusqu'en mars 2023 et reposera sur la carte EMV sans contact du réseau et les terminaux de paiement les acceptant.
- Soft Space et Idemia sont déjà partenaires autour d'une solution de SoftPOS, baptisée Tap on Mobile, permettant de transformer un téléphone mobile en terminal d'acceptation.
- Dans le cas présent, Soft Space fournit la plateforme de paiement, Idemia se charge de la gestion de l'identité numérique du détenteur ; les transactions passent ensuite par le réseau de cartes de JCB.
- JCB annonce également par la même occasion la mise en production d'une solution de paiement M2M en partenariat avec Keychain.
- L'objet de ce partenariat était de concevoir une solution de micro-paiement adaptée à des projets d'IoT (paiement du péage ou de la recharge d'un véhicule électrique par exemple) en s'appuyant sur la technologie blockchain. Cette solution est aujourd'hui opérationnelle et permettra également à JCB de tester une solution de paiement offline, adaptée à de gros volumes de transactions et à des exigences fortes d'instantanéité.

ENJEUX

- **Concevoir l'une des premières solutions d'acceptation des monnaies digitales de banque centrale sur l'infrastructure existante de paiement en point de vente.** Ce projet JCBDC est en effet ambitieux, car la plupart des pilotes de monnaie digitale qui ont vu le jour jusqu'à aujourd'hui se concentrent sur des cas d'usage liés au smartphone et sur des solutions online. Deux critères qui, selon JCB, freinent le développement des MDBC, car elles ne peuvent s'adresser aux personnes éloignées de toute connexion, aux mineurs, aux seniors ou aux personnes non-détentrices de smartphones. Autre frein identifié, la réticence des commerçants et la pauvreté de l'interface utilisateur. D'où l'idée de JCB de s'appuyer sur l'existant pour faciliter le déploiement et proposer une solution offline universelle.
- **S'appuyer sur l'expertise d'Idemia, déjà récompensé pour une solution de wallet offline.** Le choix d'Idemia, comme partenaire technologique, n'est pas dû au hasard. En effet, l'acteur a été récompensé au G20 Techsprint, un hackathon organisé en Malaisie en partenariat avec la BIS, qui sélectionne des projets de CBDC. Idemia s'est imposé dans la catégorie "inclusion financière".

MISE EN PERSPECTIVE

- Depuis 2019, JCB travaille sur de nombreux projets basés sur la technologie Blockchain. Elle a notamment travaillé à des solutions de paiement BtoB et de paiement pour les PME. Depuis son partenariat avec Keychain sur les micropaiements M2M, JCB dispose d'une infrastructure de traitement des transactions en MDBC via la Blockchain.
- Sur ce sujet de l'inclusion financière et de l'universalité, la Chine s'est démarquée dès le départ avec son projet de [eYuan](#), utilisable offline. Une position également affichée par [Visa](#).
- Les autres initiatives existantes en matière de paiement en crypto-monnaies, directement auprès des commerçants relèvent essentiellement d'acteurs crypto, comme [Solana](#), qui a lancé Solana Pay qui s'appuie sur un système de paiement par QR code.

Source : [Communiqué de presse](#)



Identité numérique et biométrie

ABN Amro associe paiement et identité numérique

Identité digitale – Pays-Bas – 07/10/2022

La banque néerlandaise ABN Amro vient de présenter un nouveau service novateur baptisé [ID & Pay](#). Comme son nom l'indique, il aborde la question de l'identité numérique mais y associe aussi une fonctionnalité de paiement afin d'illustrer l'intérêt et la légitimité de ce type d'offre, dans un contexte marqué par la numérisation exponentielle des services.

LES FAITS

- ID & Pay repose sur une application mobile capable, selon ABN Amro, de remplacer les processus d'intégration et de paiement par une fonctionnalité unique d'identification et de paiement en ligne, intégré à un environnement sécurisé.
- Dans le cadre de son pilote avec Swapfiets, ABN Amro offre aux clients du service un moyen de s'inscrire et de payer leur adhésion Swapfiets en quelques secondes seulement.
- ID & Pay permet en effet à ses utilisateurs de stocker leur identifiant de manière sécurisée et de réaliser des paiements depuis la même application. ID & Pay est ainsi utilisée par les clients finaux directement pour :
 - stocker leur pièce d'identité (via un scan et une vidéo) et leur moyen de paiement,
 - lier les deux documents,
 - s'identifier et régler des achats simplement auprès de différents services.
- L'application ID & pay est entièrement gratuite. La banque se rémunérera sur les paiements effectués via ses moyens de paiement au sein de l'application.
- ABN Amro table sur une multiplication de partenariats pour assurer la diffusion de son dispositif à travers l'Europe. La solution s'intègre dans un premier temps dans un projet pilote lancé avec Swapfiets, entreprise de micromobilité à l'origine d'un service d'entretien de vélo comptant actuellement 280 000 utilisateurs aux Pays-Bas, en Allemagne, en Belgique, au Danemark, en France, en Italie et au Royaume-Uni.

ENJEUX

- **Simplifier l'intégration du paiement** : ABN Amro précise que son concept d'ID & Pay représente avant tout un moyen pour la banque de répondre aux besoins des professionnels souhaitant garantir l'identité et la sécurité des paiements de leurs clients finaux en les équipant directement.
- **Optimiser les parcours de souscription** : Pour les utilisateurs finaux, plus besoin de saisir à de multiples reprises leurs données personnelles. Outre le paiement, l'utilisation d'ID & Pay promet aussi de limiter les démarches et les saisies manuelles lors de l'ouverture d'un compte auprès d'un nouveau service.

- **Offrir un nouveau rôle à la banque** : ABN Amro justifie une fois encore son statut de tiers de confiance en tant que banque avec le lancement de son service ID & Pay. Son application protège les données personnelles de ses utilisateurs en même temps qu'elle couvre un service de paiement et de suivi de ses dépenses.

MISE EN PERSPECTIVE

- ID & Pay a pour ambition de s'imposer comme un service de référence à moyen terme. ABN Amro table notamment pour cela sur son association avec d'autres banques néerlandaises d'ores et déjà engagées dans le projet et qui permettent ainsi aux utilisateurs de l'application de lier leur compte bancaire hébergé chez elle à leur pièce d'identité enregistrée dans ID & Pay.
- Car si le concept d'ABN Amro est prometteur, comme souvent, sa réussite dépendra de sa capacité à devenir interopérable en se rendant compatible avec de nombreuses banques mais aussi une multitude de services.
- En Belgique, une initiative similaire prend également forme autour de l'opérateur d'identité [It'sme](#). Plusieurs banques sont connectées à cette solution d'identité numérique pour permettre un paiement en ligne ou mobile transparent.

Source : [Communiqué de presse](#)



La Corée du Sud va stocker les cartes d'identité sur la blockchain

Identité digitale – Corée du Sud – 28/10/2022

La Corée du Sud a la réputation d'être un pays toujours à la pointe de l'innovation. Il en fait de nouveau la preuve avec l'annonce de la mise en place prochaine d'un système de carte d'identité numérisé et stocké de manière décentralisée sur une blockchain. Une prouesse technologique liée notamment à l'avancée des [outils de sécurisation](#) des smartphones modernes.

LES FAITS

- Le projet d'identité numérique présenté par l'agence nationale du numérique du gouvernement coréen devrait être lancé en 2024, et viser un marché potentiel de 45 millions de citoyens.
- Après 2024, l'ID alimentée par blockchain remplacera les cartes d'identité des résidents coréens, servant de plate-forme numérique modulaire pour accéder à l'éducation, au travail et aux services financiers.
- Les cas d'usage ne sont pas limités et d'autres domaines sont évoqués comme : l'accès aux soins de santé, le paiement des impôts, les transports, la demande de prestations à l'État, le transfert d'argent et même le vote.
- Le gouvernement a confirmé que la solution utilisera des solutions d'identité décentralisée (DID).

ENJEUX

- **De substantielles économies :** Les identifications numériques facilitent la vérification sur le Web, éliminant le besoin de codes d'authentification par texte ou prenant des photos d'identification papier. Selon le bureau du gouvernement numérique, ce plan pourrait permettre au pays d'économiser au moins 42 milliards de dollars, soit 3% du PIB, en valeur économique d'ici une décennie.
- **Un stockage complètement décentralisé :** Ce nouveau format sera déployé sur une technologie blockchain, entièrement décentralisée. L'État, pourtant initiateur de ce projet, y perdra ainsi des privilèges de contrôle. Avec cette identité numérique, le gouvernement n'aura, par exemple, pas accès aux informations stockées sur les téléphones des citoyens, ni comment et quand cette identification est utilisée.
- **Asseoir une position avant-gardiste :** La Corée du Sud est en train de devenir une puissance importante dans le domaine de la technologie. La possession de smartphones est estimée à plus de 88% en Corée du Sud - certaines sources affirmant que ce chiffre pourrait atteindre 95%. Elle est considérée comme leader dans tout ce qui concerne la blockchain et le métaverse.

MISE EN PERSPECTIVE

- En août 2020, plus d'un million de Sud-Coréens avaient mis en place un permis de conduire alimenté par blockchain, qui fonctionne via l'application coréenne pour smartphone PASS. SK Telecom, KT et LG U+, les trois plus grands opérateurs de téléphonie mobile du pays, avaient conclu un accord leur permettant d'utiliser la plate-forme d'identification mobile du permis de conduire PASS, une idée originale de l'Agence nationale de police et de l'Autorité de la circulation routière.
- Suite à cela, les banques, telles que la [Woori Bank](#), ont également commencé à accepter les permis de conduire sur smartphone comme forme d'identification dans leurs agences cette année.

- Avec un accès facile aux services numériques, une monnaie numérique de banque centrale (CBDC) trouverait son intégration logique. Début 2020, la Banque de Corée (BoK) a lancé une unité de recherche dédiée à la CBDC. D'août 2021 à juin 2022, BoK a mené une expérience CBDC basée sur le cloud avec l'aide de son principal fournisseur de services Internet, [Kakao](#), testant la faisabilité CBDC.
- La Corée du Sud n'est pas le premier pays à se lancer dans un tel projet. L'[Estonie](#), pays précurseur dans le domaine, a été rejoint par l'[Allemagne](#) dans la mise en place de services en ligne décentralisés.

Source : [Bloomberg](#)



Green Banking

Sweep met de l'éco-responsabilité dans les portefeuilles d'investissement

Finance Verte – France – 10/10/2022

Un nouvel acteur s'engage en faveur d'une finance plus éco-responsable. Baptisé Sweep, son positionnement se distingue d'abord par sa cible, puisqu'il s'adresse en direct aux investisseurs et gestionnaires de portefeuilles. Sa nouvelle offre est ainsi dédiée aux acteurs financiers et vise à les aider à mieux piloter le calcul de leurs émissions carbone, dans une démarche à la fois transparente et engagée.

LES FAITS

- [Sweep](#) lance Sweep for Finance pour aider les acteurs financiers à piloter les émissions carbone de l'ensemble de leurs portefeuilles d'investissement. Elle leur permet ainsi d'obtenir un aperçu complet, et en temps réel, des émissions générées par leurs investissements.
- Pour cela, elle leur propose un outil de collaboration entre acteurs économiques. Le service repose en effet sur un logiciel capable de connecter les investisseurs aux entreprises présentes dans leur portefeuille, afin de récupérer automatiquement les informations nécessaires à ce calcul. Les deux acteurs sont ainsi engagés à la collaboration, au partage d'informations et à une mesure plus précise et efficace des émissions carbone liées à leurs activités économiques.
- Pour être efficace, Sweep for finance s'appuie sur :
 - une analyse détaillée des portefeuilles basée sur la méthodologie du Partnership for [Carbon Accounting Financials](#) (PCAF),
 - des benchmarks sectoriels du [Carbon Disclosure Project](#) (CDP),
 - l'échange sécurisé des données carbone entre les investisseurs et les entreprises de leurs portefeuilles.
- Le service délivre ensuite à ses clients des rapports exhaustifs, auditable, et conformes aux réglementations locales et internationales.

ENJEUX

- **Un outil tout-en-un** : Sweep for Finance s'adresse aux gestionnaires d'actifs, aux fonds de capital-investissement ou même aux banques elles-mêmes et leur propose une solution clé en main pour rendre leurs portefeuilles plus vertueux et éco-responsables. Nul besoin donc, pour ces acteurs, de développer des outils internes, puisque l'API de Sweep récupère les données et automatise le calcul des émissions.
- **Respecter la réglementation** : Sweep communique sur le fait que sa solution permet de respecter simplement les nouvelles réglementations entrées en vigueur en poussant les acteurs du marché à communiquer l'impact climatique de leurs investissements. Ces nouvelles exigences de transparence nécessitent la mise en place d'outils capables de suivre avec précision et en temps réel les émissions de carbone.

- **Créer une dynamique collective** : Le concept de Sweep repose avant tout sur un modèle technologique d'automatisation de l'analyse des données, qui permet de mettre l'ensemble des acteurs financier dans une même dynamique vertueuse. Le but ultime de Sweep étant d'accélérer la décarbonation à l'échelle mondiale.
- **Ouvrir sa clientèle** : Avant de servir les acteurs financiers, Sweep travaillait déjà dans différents secteurs, des biens de consommation à l'industrie manufacturière. Son statut de société à mission et son engagement dans un combat d'actualité lui ont permis de lever 100 millions de dollars 12 mois après le lancement public de sa plateforme.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les calculateurs carbone sont devenus la killer-app des néo-banques vertes : [Doconomy](#), [Greenly](#) ou encore [Ecolytiq](#).
- Les banques elles-mêmes proposent leur expertise pour aider les entreprises à faire leur bilan carbone afin de les minimiser. [BBVA](#) propose ce service à ses clients.
- La Green Digital Finance Alliance, le Swiss Green Fintech Network et le Secrétariat d'Etat suisse aux finances internationales (SFI), proposent une classification des fintech selon un ensemble de critères relatifs à l'écologie. Cette classification se veut un outil inédit pour aider à l'harmonisation des standards de comparaison sur un marché de la finance verte qui a gagné en maturité.

Source : [Site web](#)

