



Les faits marquants du mois

Financement des Entreprises – Des solutions pour faire face à la crise

- **INTERNATIONAL** – Amazon se lance dans les avances de trésorerie aux commerçants
- **EUROPE** – Banca Intesa Sanpaolo lance CresciBusiness une initiative de soutien aux PME
- **FRANCE** – SumUp lance la Caisse enregistreuse Lite

La crise sanitaire terminée, les entreprises ont dû faire face à un autre choc qui ternit leurs perspectives, particulièrement concernant les plus petites d'entre elles. L'accélération de l'inflation exerce une pression sur les marges, les taux d'intérêt continuent d'augmenter, ce qui rend difficile l'emprunt ou l'utilisation des canaux de financement traditionnels pour les entreprises. Dans ce contexte, l'optimisation de la trésorerie est un facteur clé de survie pour assurer la pérennité des PME. Amazon a lancé une nouvelle solution de financement, sous forme d'une avance de trésorerie pour les commerçants, proposée en partenariat avec la fintech Parafin. Cette dernière développe un modèle très en vogue, à savoir l'avance de fonds indexée sur les revenus des entreprises. Amazon est désormais devenu plus qu'une marketplace, un véritable vecteur de revenus pour les PME. En Italie, la banque Intesa Sanpaolo, a lancé, en association avec les organisations professionnelles, un plan de 5 milliards d'euros visant à soutenir les PME touchées par la hausse des prix de l'énergie et des matières premières. Cette initiative s'accompagne également d'une mesure visant à faciliter le paiement mobile, en supprimant les commissions sur les petits montants. La startup Sumup, lance, elle, une nouvelle gamme de solutions de paiement au point de vente, plus simple et moins onéreuse, sans abonnement, appelée POS Lite.

Paiement intégré– Quand les acteurs du voyage s'intéressent au paiement

- **ALLEMAGNE** – FREENOW centralise les paiements avec American Express
- **EUROPE** – Wetravel, la plateforme de réservation et de paiement pour les entreprises
- **ESPAGNE** – La compagnie de voyage Amadeus créé une filiale dédiée au paiement

Selon une étude du cabinet IDC, d'ici 2030, 74 % des paiements des consommateurs seront traités par des fournisseurs de services financiers non traditionnels. Ce changement, devrait entraîner une perte de 250 milliards de dollars en revenus de paiements pour les acteurs traditionnels. Si certaines sociétés comme l'opérateur de VTC FREENOW s'appuient sur des acteurs renommés comme American express pour centraliser et rationaliser leurs processus de réservation, de paiement et de gestion des dépenses. D'autres, font appel à des fintech spécialisées comme Wetravel, basée aux Pays-Bas, qui a levé 27 millions de dollars en série B pour se développer sur le créneau du voyage B2B, prenant en charge l'ensemble du parcours depuis la réservation jusqu'au paiement instantané des fournisseurs. Wetravel propose une palette de fonctionnalités liées au paiement comme les frais de virement B2B, la gestion du multidevise, le paiement fractionné. Ce n'est pas le choix qu'a fait l'opérateur de voyage Amadeus, qui considérant la centralité de l'activité de paiement, a préféré créer sa propre filiale dédiée au paiement, en plus d'une demande de licence pour l'émission de cartes virtuelles, avec pour objectif de créer une expérience la plus fluide et la plus connectée possible pour le voyageur et les agences. Amadeus entend apporter une valeur ajoutée supplémentaire à l'écosystème du voyage grâce à une plateforme ouverte et accessible par API. Le voyage n'est évidemment pas le seul secteur à se réorganiser sous forme d'écosystèmes, mais il en est l'un des plus avancés.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES DE PAIEMENT	5
donablue, la première carte de paiement solidaire pour les entreprises	5
Le compte Nickel lance une nouvelle carte « True Name »	7
SERVICES MOBILES	9
Pixpay lance Pixpay Coach	9
CREDIT ET FINANCEMENTS	11
Amazon se lance dans les avances de trésorerie aux commerçants	11
Banca Intesa Sanpaolo lance CresciBusiness une initiative de soutien aux PME	13
Flex loans, le nouveau mini prêt de Wells Fargo	15
PLATEFORME DE PAIEMENT B2B	17
Retour d'expérience : Fintecture, la plateforme de paiements pour les marchands B2B	17
Atlas lève des fonds pour automatiser les paiements B2B	20
Memo confie à JPM la gestion de ses paiements internationaux	22
PAIEMENT INTEGRE – PAAS	24
Wetravel, la plateforme de réservation et de paiement pour les entreprises	24
FRENOW centralise les paiements avec American Express	26
La compagnie de voyage Amadeus créé une filiale dédiée au paiement	28
PAIEMENT FRACTIONNE	30
Paiement fractionné: Jifiti se lance aussi dans le BtoB	30
E-COMMERCE, E-PAIEMENT	33
Digital Virgo, spécialiste des paiements sur facture télécom choisit le Nasdaq	33
Whatsapp cherche de nouveaux horizons avec la fonctionnalité Business search	35
TPE, ENCAISSEMENT, MPOS	37
SumUp lance la Caisse enregistreuse Lite	37
TITRES SPECIAUX DE PAIEMENTS	39
Cobee lève 41Mlns pour une super app espagnole d'avantages collaborateurs	39
VIREMENTS, INITIATION DE PAIEMENT	41
Atoa, la fintech britannique de paiement A2A lève 2,1 M d'euros	41
STRATEGIE D'ACTEURS	43
Paypal ouvre son écosystème aux paiements d'Apple	43
Retour d'Expérience : Revolut dépasse les 25Mlns de clients	45
Apple Pay finalise son lancement en Corée du sud	47
CRYPTOMONNAIES ET MDBC	49
Revolut permet de régler en cryptomonnaie via ses cartes de paiement et gagner 1% de cashback	49
Yuzu devient PSAN et lance le premier compte d'épargne écologique en cryptomonnaie	52
Les banques espagnoles testent l'euro digital	54
IDENTITE NUMERIQUE ET BIOMETRIE	56
Paypal adopte les Passkeys pour sécuriser les paiements en ligne	56

En bref

- **ITALIE** – Un mois après l'acquisition de Open Payment Platform, le groupe français **Worldline** continue sa stratégie offensive et annonce son intention de racheter les activités d'acquisition commerçant de Banco Desio en Italie pour environ 100 millions d'euros. L'opération devrait apporter à Worldline un chiffre d'affaires annuel additionnel d'environ 15 millions d'euros la première année et les activités acquises devraient afficher un taux de croissance organique à deux chiffres au cours des prochaines années, avec une marge d'excédent brut opérationnel (EBO) attendue supérieure à 30%, selon le groupe. La finalisation de la transaction est prévue au premier trimestre 2023 après obtention des autorisations réglementaires usuelles, a précisé Worldline. Cette opération s'inscrit dans la stratégie de développement du groupe en Europe du Sud et particulièrement en Italie. Il fait suite à l'acquisition d'Axepta Italie début 2022 et la création de la coentreprise Worldline MS Italie.
- **ITALIE** – La première banque italienne **Intesa Sanpaolo** a annoncé mardi avoir achevé la cession de sa part de 5,1% dans Nexi, groupe spécialisé dans les paiements électroniques, pour un montant d'environ 584 millions d'euros. La vente éclair a été réalisée dans la nuit de lundi à mardi via une procédure accélérée. La banque italienne était considérée par les marchés comme "un actionnaire stable" de Nexi. La vente a été réalisée au prix de 8,7 euros l'action, avec une décote de près de 11% par rapport au cours de clôture de Nexi lundi. Intesa Sanpaolo a vu son bénéfice net chuter de 18% à 3,28 milliards d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, plombé par des dépréciations de créances dues à son exposition à la Russie et à l'Ukraine.
- **INTERNATIONAL** – **Curve**, la fintech qui propose de l'égragation de cartes de crédit basée au Royaume-Uni, a annoncé son intention d'acquérir plus de 87 000 clients de cartes de crédit du prêteur cryptographique **BlockFi**. L'offre pour les clients de cartes de crédit de BlockFi intervient quelques jours après que BlockFi a annoncé qu'il suspendait les retraits, citant la saga en cours avec l'échange cryptographique FTX comme cause. Le même jour, les utilisateurs de cartes de crédit BlockFi ont signalé que leurs cartes ne fonctionnaient plus et avaient reçu des messages de BlockFi confirmant que les cartes avaient été suspendues en raison d'événements récents chez BlockFi. BlockFi a connu de multiples difficultés en 2022. La société a souffert plus que la plupart des autres lors de l'effondrement de Three Arrows Capital et des effondrements associés des rivaux de prêt Celsius et Voyager, ce qui a sapé la confiance dans le secteur des prêts cryptographiques et fait chuter les revenus mensuels de BlockFi d'environ 48 millions USD début 2022 à seulement 15 millions USD en août 2022. Changpeng Zhao, le PDG de Binance, a annoncé cette semaine la création d'un fonds visant à protéger les entreprises de l'écosystème crypto faisant face à une crise de liquidité. Curve avait fait une première incursion dans l'univers crypto en octobre 2021 en permettant à ses utilisateurs d'utiliser leurs cartes Curve pour acheter des crypto-monnaies chez certains acteurs spécialisés, notamment BANXA, Bitpanda, Coinbase, Crypto.com, Kraken, Moonpay, et Uphold.
- **BRESIL** – La Banque centrale du Brésil a mis les protocoles de communication derrière son système de paiement Pix en statut open source, a déclaré le gouverneur Roberto Campos Neto le 11 novembre, afin que toutes les banques centrales qui le souhaitent puissent les copier, gratuitement. Pix est un système de paiement qui permet des paiements instantanés, gratuits et immédiats. Il a été lancé en 2020 par la Banque centrale du Brésil et, en juillet 2022, plus de 478 millions de mots de passe étaient

enregistrés sur Pix. Ce système a été largement adopté dans le pays en raison de sa simplicité et de sa disponibilité 24h / 24 et 7j / 7. La fonctionnalité a été mise en service le 31 octobre 2022. Pour le moment, cependant, la Banque centrale n'a publié que l'initiation de paiement pour les transactions PIX. L'institution serait la première au monde à offrir cette option.

- **NORDICS** – Worldline annonce la signature d'un accord de partenariat commercial d'Open Banking à long terme avec Neonomics en Europe. Avec ce partenariat, Worldline va désormais étendre ses paiements 'compte à compte' et garantir l'agrégation des données dans les pays nordiques, dont la Norvège, la Suède, le Danemark et la Finlande. Le regroupement des deux entreprises permettra de fédérer près de 3500 établissements bancaires dans 22 pays à travers l'Europe. Neonomics étendra sa couverture à plusieurs autres marchés européens clés afin de répondre aux besoins des clients existants et à l'approbation réglementaire avant l'intégration. De plus, selon le rapport Data Ethics Consumer Research Report de Deloitte, 25 % de la population danoise se dit prête à partager ses données et 22 % des Suédois se disent prêts à partager leurs données. Deloitte a souligné une différence significative par rapport aux 15% en Allemagne et 19% en Italie. La volonté de faire progresser la numérisation dans le système bancaire nordique a franchi une nouvelle étape grâce à un plan dirigé par P27 Nordic Payments visant à créer de futures infrastructures et plates-formes numériques.

Cartes de paiement

donablué, la première carte de paiement solidaire pour les entreprises

Cartes de paiement – France – 02/11/2022

La banque en ligne pour les professionnels manager.one une nouvelle carte de paiement corporate avec pour spécificité d'être solidaire qui s'appuie sur une solution d'arrondi solidaire systématique et automatique.

LES FAITS

- Cette solution s'appuie sur des cartes Visa Corporate entièrement paramétrable avec plus de 70 fonctionnalités qui permettent de contrôler au mieux les dépenses de ses collaborateurs, avec notamment des cartes virtuelles, une interface de gestion des notes de frais accessible depuis ordinateur ou mobile avec une application dédiée.
- Chaque transaction réalisée avec une carte donablué est arrondie à l'euro supérieur.
- Cet arrondi est placé dans une cagnotte qui appartient à l'entreprise puisque l'arrondi est réalisé sur les dépenses professionnelles prises en charge par l'employeur.
- donablué s'engage à faire un don du même montant que ses clients, dans la limite de 0,5% du montant de la transaction.
- Chaque don donnera lieu à un reçu fiscal pour l'entreprise, automatiquement annexé à chaque versement trimestriel.
- Les collaborateurs choisissent eux-mêmes la cause qu'ils souhaitent soutenir en partenariat avec la Fondation de France, premier réseau philanthropique de France.

[Vidéo](#)

ENJEUX

Booster le don aux associations : manager.one a un positionnement original et résolument tournée vers les besoins de ses clients. Cette nouvelle offre qui adresse le sujet de la solidarité dans les entreprises, s'appuie sur deux bonnes idées. D'une part impliquer l'entreprise dans une démarche d'engagement solidaire, puisque c'est bien l'entreprise qui règle le montant des dons. D'autre part, manager.one s'engage elle-même, et montre l'exemple avec un abondement des dons de 1 pour 1, c'est à dire qu'elle double les sommes versées par les entreprises.

MISE EN PERSPECTIVE

- Natixis Interépargne, la référence en épargne salariale et retraite du Groupe BCPE, a développé pour le compte d'un de ses clients, une solution innovante d'incitation des salariés à faire don d'une part de leur intéressement et participation à leur fondation d'entreprise. Cette nouvelle fonctionnalité permet aux salariés volontaires de faire un don d'une partie de leurs primes d'intéressement et de participation versées par leur entreprise.

Source : [Communiqué de presse](#)



Le compte Nickel lance une nouvelle carte « True Name » destinée aux personnes transgenres et non binaires

Cartes de paiement – France – 02/11/2022

Depuis son lancement début 2014, [Nickel](#), autrefois le compte Nickel, a toujours travaillé son positionnement marginal. C'est de cet ADN que se réclame sa nouvelle offre True name, une offre dédiée particulièrement à la communauté LGBTQIA+ et qui surfe sur la tendance transgenre.

LES FAITS

- True Name c'est une nouvelle fonctionnalité qui permettra aux personnes transgenres et non binaires de choisir le prénom qui sera inscrit sur leurs cartes de paiement.
- Jusqu'à présent, le nom inscrit sur la carte de crédit était automatiquement celui que vous aviez saisi lors de la commande.
- Pour ses 2,8 millions de clients, l'état civil ne sera plus nécessairement le nom qui figurera sur leur carte. Le prénom affiché sur la carte pourra être un second prénom choisi par l'utilisateur.
- Nickel vient d'annoncer ce changement pour en inclure encore plus. Cela est particulièrement vrai pour les personnes transgenres et non binaires, confrontées à de nombreux préjugés et discriminations auxquels la communauté LGBTQIA+
- La carte TRUE NAME est réalisée en partenariat avec Mastercard.
- Ce changement de prénom pourra s'effectuer directement depuis l'application Nickel dès début 2023.
- La néobanque a mis en ligne une vidéo pour présenter sa nouvelle offre : <https://twitter.com/i/status/1592444690967805953>

ENJEUX

- **Un ADN marginal** : Depuis son lancement en 2014, [le compte Nickel](#), connue sous le nom du compte sans banque s'est forgé une image en marge des acteurs bancaires traditionnels. Depuis son rachat en 2017, la néo-banque a fait du chemin, mais elle conserve une cible et un positionnement singulier qui passe notamment par une attention particulière aux sujets d'inclusion. Après avoir été l'un des premiers comptes pour les interdits bancaires, après avoir généralisé l'encoche pour les personnes malvoyantes sur leurs cartes, après avoir permis l'accès à plus de 190 nationalités pour l'ouverture d'un compte, Nickel
- **Une croissance exceptionnelle** : depuis son lancement début 2014 avec jusqu'à 1 500 ouvertures de compte par jour à fin 2021. Au classement des banques mobiles françaises, Nickel est deuxième derrière Boursorama Banque. Aujourd'hui, Nickel s'étend à l'étranger, la Belgique et le Portugal depuis septembre 2022 et l'Allemagne début 2023.

MISE EN PERSPECTIVE

- Nickel précise que le projet avait commencé par des sondages envoyés aux clients en mai 2021 pour en apprendre plus sur les besoins des utilisateurs.
- La co-présidente de l'Inter-[LGBT](#), Elisa Koubi, faisait le rapprochement entre cette initiative et "la recommandation du Défenseur des Droits de 2016 faite aux banques françaises de prendre en compte

le prénom d'usage de leurs client·es qui le demandent". Le Défenseur des Droits étant une autorité constitutionnelle indépendante en activité depuis 2011.

- En Février 2021, Nickel avait l'une des première néobanques a offrir [la carte bancaire personnalisable](#) avec le nom du titulaire et 5 couleurs au choix (ou à l'image des régions), contrairement à la carte bancaire Standard orange.

Source : [Communiqué de presse](#)



Services mobiles

Pixpay lance Pixpay Coach

Banque au quotidien – France – 22/11/2022

Pixpay Coach est le nouveau service concocté par Pixpay, le service de paiement qui se définit comme la banque pour les ados, rachetée par GoHenry, en juillet dernier. Ce nouveau service a pour vocation d'aider les jeunes adultes à trouver la banque qui leur correspond.

LES FAITS

- Pixpay propose donc désormais à tous ses utilisateurs de plus de 18 ans un accompagnement sur mesure dans le choix de leur banque. Baptisé Pixpay Coach, le nouveau service répond à trois mots d'ordre :
 - Simplicité : Pixpay a établi une présélection de partenaires triés sur le volet et issus de toutes les typologies d'établissements financiers : banques traditionnelles, banques en ligne et néobanques.
 - Personnalisation : Pixpay met à la disposition de ses utilisateurs un moteur de recherche personnalisé leur permettant d'identifier précisément les offres bancaires qui correspondent à leurs projets à court, moyen ou plus long terme : prêt étudiant, séjour à l'étranger, départ du foyer, conseiller dédié...
 - Attractivité : Quel que soit leur choix, les utilisateurs bénéficieront d'une prime de bienvenue et de formules privilégiées auprès de leur nouvelle banque.
- Pour lancer sa nouvelle offre, Pixpay compte d'ores et déjà 4 partenaires bancaires : Société Générale, Orange Bank, La Banque Postale, et Revolut.

ENJEUX

- **Collaborer plutôt que concurrencer** : Le modèle de la néobanque pour adolescents nécessite d'avoir une grosse base de clients puisqu'il est fondé principalement sur des abonnements et une commission d'interchange très faibles. Autre difficulté que rencontrent ce type de néobanques : la rétention client. A la différence de certains acteurs comme Kard, qui ont fait le choix d'élargir leur offre, Pixpay choisit une voie plus pragmatique et rémunératrice.
- **S'ouvrir un nouveau business** : En tant qu'apporteur d'affaire, Pixpay s'ouvre ainsi un nouveau modèle de rémunération additionnel à son offre, aujourd'hui basé exclusivement sur le revenu généré par les abonnements mensuels.
- **Prendre la mesure du changement** : L'arrivée des banques en lignes et néobanques a fondamentalement changé le paysage bancaire. Les offres sont plus spécialisées et les besoins spécifiques des jeunes clients peut légitimer qu'ils choisissent un établissement qui leur corresponde. Si 3 jeunes adultes sur 4 optent, par facilité ou réflexe, pour la banque de leurs parents, 60% désirent revoir leur choix à peine un an plus tard.

MISE EN PERSPECTIVE

- Lancée en 2019 en France et en 2021 en Espagne, Pixpay prévoit de s'étendre en Italie. Avec [le rachat par Gohenry](#) qui couvre le Royaume-Uni et les Etats-Unis, ce nouvel ensemble affiche une base de clients importante de 2,2 millions de membres - parents inclus.
- Aux Etats-Unis, un acteur majeur du paiement entre particuliers, Cash-app, la célèbre application de Square, ouvrait en novembre dernier son [offre plus spécifiquement aux jeunes](#), avec une fonctionnalité de contrôle parental.
- En France, la start-up montpelliéraine [Inzocket](#) propose une solution pour accompagner et sécuriser l'accès à l'e-commerce pour les enfants. Un sujet d'actualité à l'heure où les questions autour du contrôle parental et du consentement en ligne des moins de 15 ans prennent une importance accrue.

Source : [Communiqué de presse](#)



Crédit et financements

Amazon se lance dans les avances de trésorerie aux commerçants

Prêts PME – Etats-Unis – 8/11/2022

[Amazon](#) a lancé une nouvelle solution de financement, une avance de trésorerie pour les commerçants, proposée en partenariat avec Parafin. Après une série d'innovation sur le [marché du BtoC](#), Amazon s'est intéressé au [marché du BtoB](#), au point de développer une large gamme de prêts aux TPE et PME. Aujourd'hui, Amazon élargit cette offre en y ajoutant ce qui est devenu un produit incontournable pour les marketplaces, dans l'idée de fidéliser leurs commerçants.

LES FAITS

- En utilisant la technologie de Parafin, Amazon lance un outil d'avance de fonds pour les marchands qui offre aux vendeurs Amazon éligibles, une avance de fonds qui lie la rémunération à un pourcentage des ventes brutes (GMS) des vendeurs.
- Conditions financières :
- Montant : 500 à 10 millions de dollars
- Pas d'intérêts, mais une commission fixe en fonction du montant emprunté
- Remboursement automatiquement prélevé et indexé sur le chiffre d'affaires mensuel du commerçant sur Amazon ; les mois où il ne perçoit pas de chiffre d'affaires, le commerçant ne paye pas de mensualité.
- Mise à disposition des fonds en quelques jours.
- Eligibilité : les vendeurs doivent avoir au moins trois mois d'historique en tant que vendeur sur Amazon
- Amazon lance ce programme pour certaines entreprises américaines early-adopter et sera disponible pour "des centaines de milliers" de vendeurs éligibles d'ici le début de 2023.
- Fondée en 2020 en Californie, Parafin facilite l'accès aux avances de trésorerie. La société a levé un total de 244 millions de dollars (dont 60 millions de dollars en août).

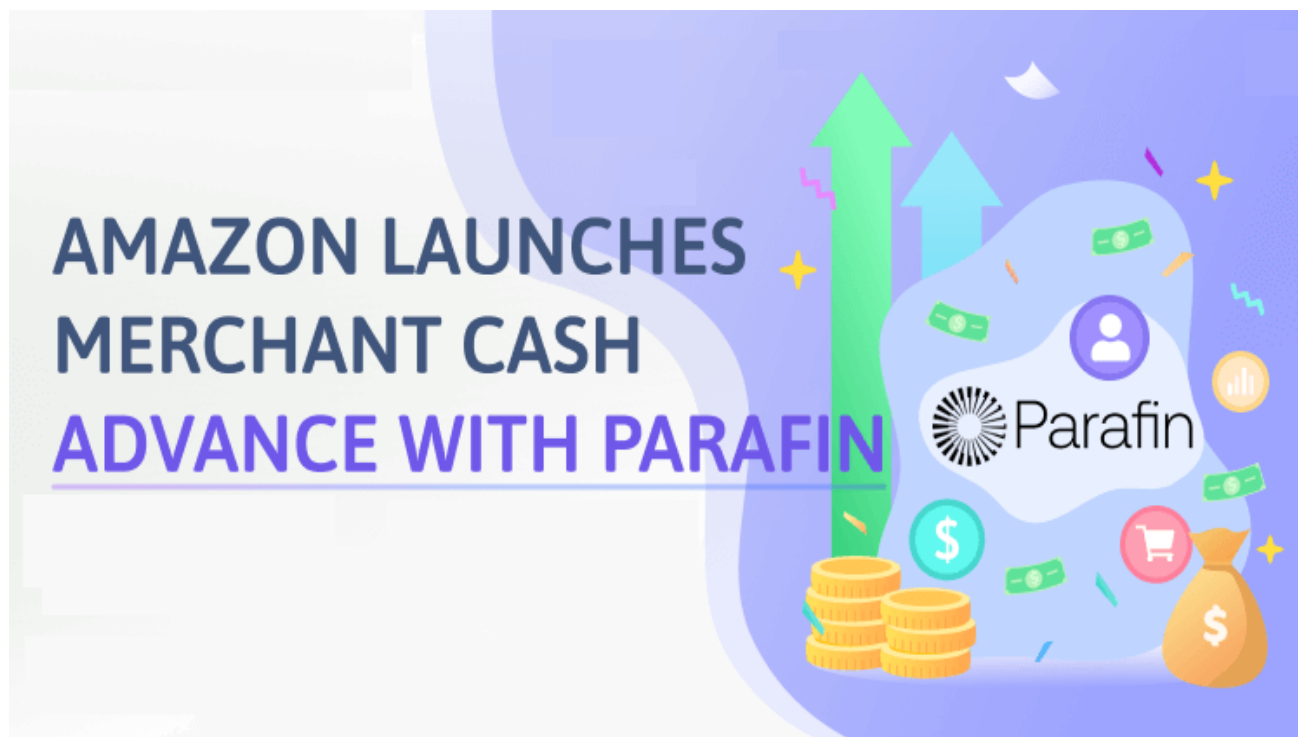
ENJEUX

- **Attirer les entreprises américaines sur la plateforme** : l'accélération de l'inflation exerce une pression sur les marges, les taux d'intérêt continuent d'augmenter, ce qui rend difficile l'emprunt ou l'utilisation des canaux de financement traditionnels pour les entreprises. Dans ce contexte, l'optimisation de la trésorerie est un facteur clé de survie pour assurer la pérennité des PME.
- **Offrir une solution tout-en-un tout en remontant la chaîne de valeur du BtoB** : Amazon est désormais devenu plus qu'une marketplace, un véritable vecteur de revenus pour les PME.
- **Se positionner sur un marché à haut potentiel** : il existe plus de 30 millions de petites entreprises aux États-Unis et 70 millions de petites entreprises dans le monde, dont beaucoup n'ont pas accès à des financements après la pandémie du Covid-19.

MISE EN PERSPECTIVE

- Amazon propose déjà des prêts commerciaux et des lignes de crédit via Marcus par Goldman Sachs et d'autres prêts grâce à un projet pilote réussi avec Lendistry. Au point que l'e-commerçant enregistrerait en 2022 un encours de 1,2 milliards de dollars de prêts aux commerçants de sa plateforme.
- La start-up Parafin, qui développe un modèle très en vogue, a savoir l'avance de fonds indexée sur les revenus des entreprises, a été fondée par 3 anciens de [Robinhood](#), l'application star d'investissement américaine. Parafin était peu connue du grand public jusqu'à son accord avec DoorDash en début d'année.
- La licorne suédoise Klarna, spécialiste du paiement fractionné, [avait lancé une offre similaire](#) pour les commerçants de sa plateforme d'e-commerce l'an dernier en partenariat avec Liberis, une FinTech qui propose aux commerçants d'indexer leurs remboursements à leurs revenus. D'autres acteurs, comme [Square](#), [Stripe](#), [Kabbage](#) ou encore [PayPal](#) ont également lancé ce service.

Source : [Finextra](#)



Banca Intesa Sanpaolo lance CresciBusiness une initiative de soutien aux PME

Prêts PME – Italie – 17/11/2022

Soutenu par les associations professionnelles des secteurs de l'artisanat, du commerce, des services et du tourisme, « CresciBusiness » est un plan de 5 milliards d'euros visant à soutenir les PME touchées par la hausse des prix de l'énergie et des matières premières et les effets de la crise internationale. Elle passe par une initiative originale qui consiste à supprimer les frais sur les petites transactions pour ne pas pénaliser les commerçants dans un contexte d'augmentation du paiement par carte.

LES FAITS

- L'initiative CresciBusiness offre aux clients d'Intesa Sanpaolo un ensemble de mesures, à la fois des réductions, des avantages sur les prêts et des suppressions de commissions bancaires :
 - prêts garantis à taux bonifiés
 - suppression des commissions pendant un an sur les micropaiements en point de vente (jusqu'à 15 €)
 - gratuité pendant un an des frais sur les cartes de débit en point de vente et les cartes de crédit commerciales
 - des réductions sur les produits d'assurance et la location de biens d'équipement pour contenir les coûts d'exploitation.
- CresciBusiness vise à aider les entreprises les plus exposées aux hausses de prix à sortir de la crise, grâce à des projets de digitalisation, de durabilité et de développement commercial.
- Cette aide s'ajoute aux 30 milliards d'euros déjà alloués aux PME et aux ménages depuis le début de l'année pour lutter contre les prix élevés de l'énergie.

ENJEUX

- **Soutenir un secteur essentiel à l'économie du pays** : En Italie, il y a plus de quatre millions d'entreprises de moins de dix employés, à savoir le segment le plus important au sein des entreprises italiennes (95 % des entreprises industrielles et de services). Le secteur compte plus de sept millions d'employés, ce qui équivaut à 43,8 % de l'emploi total du pays. Ce secteur est donc crucial pour le tissu économique et social italien, a fortiori post-pandémie.
- **Pallier leur faible capacité à investir** : Selon [une étude réalisée par Intesa](#), la propension à investir des PME est faible (égale à la moitié du pourcentage observé chez les entreprises d'au moins 250 salariés, 2 % du chiffre d'affaires vs 4,1 %). Ce qui a des répercussions négatives sur les activités d'innovation et de digitalisation. Le gouvernement italien a d'ailleurs mis l'accent sur le numérique dans le cadre du plan de relance européen.
- **L'acceptation un enjeu de plus en plus concurrentiel pour les petites entreprises** : avec la pandémie, les petits commerçants ont vu le paiement sans contact augmenter drastiquement et sont de plus en plus impactés par ces frais de transactions, qui sont d'autant plus lourds que les paiements concernent de petits montants. Avec l'arrivée des nouvelles solutions d'encaissement mobile plus flexibles, la concurrence s'intensifie.

MISE EN PERSPECTIVE

- En France, le trublion du secteur telecom, Free, a annoncé le lancement de Stancer, une offre de paiement à prix cassés avec notamment une solution d'acceptation sans frais au-dessous de 7 euros.
- Dans un contexte Post-covid, la digitalisation des petites et moyennes entreprises est un gros enjeu. Des acteurs comme Sumup spécialisés à l'origine dans l'acquisition en point de vente se sont peu à peu diversifiés et proposent à leur clients un accompagnement pour [digitaliser leur activité](#).
- Dans le domaine du crédit, également, la tendance à digitaliser les solutions de BNPL, par exemple, connaît un fort succès. Certains acteurs comme [Defacto](#) se sont spécialisés dans l'accompagnement des petits acteurs.

Source : [Communiqué de presse](#)



Flex loans, le nouveau mini prêt de Wells Fargo

Crédit – Etats-Unis – 25/11/2022

Flex Loan, qui sera déployé aux États-Unis cette année, offre aux clients éligibles un prêt d'un montant de 250 \$ pour des frais fixes de 12 \$, ou 500 \$ pour des frais de 20 \$. Ce prêt est à rembourser en quatre versements mensuels égaux.

LES FAITS

- Wells Fargo a lancé un nouveau type de prêt qui offre aux clients des liquidités à court terme pour un montant forfaitaire.
- La souscription se fait en ligne, en quelques clics, depuis son application mobile. L'expérience client pour obtenir les prêts sera simple et transparente.
- Le prêt est proposé directement aux clients qui y sont éligibles sans que ceux-ci n'aient de démarche à faire.
- Ce prêt propose deux montants à des frais fixes :
 - 250 \$ assorti de frais de 12\$;
 - 500 \$ assorti de frais fixes de 20 \$.
- Les emprunteurs remboursent le montant global en quatre mensualités égales, sans menace de frais de retard.
- Les prêts flexibles ne sont disponibles que pour les clients de Wells Fargo.
- La banque se base sur ses propres données clients tels que la gestion des comptes, la durée des emprunts ou le solde des clients pour déterminer leur admissibilité, plutôt que de recourir à un bureau de crédit indépendant.

ENJEUX

- **Répondre à une demande croissante** : Pour de nombreux américains, l'augmentation du coût de la vie représente une réelle difficulté pour tenir un budget. Le recours au crédit est alors une nécessité. Cependant, l'augmentation de la dette accumulée sur les cartes de crédit crée plus de pression sur leur capacité à effectuer ces paiements. Ces prêts sont souvent utilisés comme une alternative moins chère aux frais de découvert.
- **Tirer les enseignements d'un marché en plein changement** : Poussées par les acteurs du BNPL, les banques ont tiré des enseignements quant à la désaffection de leurs clients pour les produits de crédit "classiques". Elles s'efforcent maintenant de rendre l'acceptation et le parcours client aussi fluide que possible. Wells Fargo met en avant trois arguments pour légitimer sa nouvelle offre : "Ce qui différencie Flex Loan des autres options de paiement, c'est sa certitude d'approbation pour les clients éligibles, la simplicité d'obtenir des fonds en quelques minutes et la clarté sur le coût du remboursement".

MISE EN PERSPECTIVE

- Wells Fargo n'est pas la seule banque à offrir des prêts à court terme de faible montant aux clients. Bank of America et U.S. Bank ont des programmes similaires. Par ailleurs, la banque a déclaré en janvier

qu'elle éliminerait les frais de découvert, ainsi que les commissions pour certains clients et fournirait un délai de grâce de 24 heures pour couvrir un découvert avant que les clients n'encourent des frais.

- Ce mouvement, qui est assez avancé aux US, commence à faire des émules en Europe. On a vu notamment [Stancer](#) la nouvelle offre de paiement dédiée aux petits commerçants qui supprime les frais d'acceptation sur les petits montants ou encore [la banque italienne Intesa Sanpaolo](#) proposer ce type de mesures pendant une année pour aider ces clients durant la crise.
- Un rapport qui date de septembre [émanant du Consumer for Financial Protection Bureau](#) (CFPB) aux Etats-Unis, fait état d'une protection insuffisante vis à vis des utilisateurs des solutions BNPL. Il pointe particulièrement un mélange des genres avec l'utilisation des données, des taux d'approbation très élevés et le potentiel risque de crise systémique lié au fait que ces acteurs ne partagent par leurs informations avec les bureaux de crédit.

Source : [Site web](#)



Plateforme de paiement B2B

Retour d'expérience : Fintecture, la plateforme de paiements pour les marchands B2B

Paiements B2B – Europe – 9/11/2022

Alors que les start-ups de la fintech licencient dans un climat économique tendu, Fintecture lève 26 millions d'euros pour investir dans les transactions BtoB. La fintech française a développé des solutions de virement instantané sans intermédiaire pour les commerçants, basées sur l'open banking.

LES FAITS

- Fintecture est une fintech qui développe des solutions de paiement instantané de banque à banque sans intermédiaire pour les commerçants.
- Elle vient d'annoncer une levée de fonds de 26 millions d'euros réalisée en plusieurs étapes cette année. Celle-ci a été réalisée auprès d'Eurazeo, RTP Global, Société Générale, HEC Ventures, Allianz Trade et plusieurs business angels.
- Lancée commercialement en mars 2020, la plateforme de paiements de Fintecture est opérationnelle dans plus de 10 pays européens. Elle accompagne plus de 7,000 entreprises dans la collecte de leurs paiements auprès de de 230,000 payeurs.
- En deux ans, Fintecture est passée de 7 à 80 salariés et prévoit d'en recruter 40 nouveaux d'ici un an et demi. 50 % de ses effectifs travaillent en R&D.

ENJEUX

- **S'imposer sur le marché des voyages B2B** : à l'ère du digital, les agences de voyages ne font plus la loi, notamment dans le monde des voyages B2B. De nombreux acteurs comme Booking ou encore Airbnb ont su s'imposer sur ce créneau. L'enjeu alors pour Wetravel sera de continuer de poursuivre son développement misant sur une offre composée de deux parties :
 - La partie plateforme permettant de planifier et organiser un voyage
 - La partie paiement permettant de proposer des solutions de paiements flexibles comme pouvoir payer des montants différents entre différentes personnes, des paiements échelonnés ou encore répartis entre plusieurs fournisseurs
- **Une levée de fonds à contre-courant** : Fintecture annonce une série A particulièrement élevée pour « accélérer, continuer à améliorer ses solutions et leur sécurité », confie Faysal Oudmine, le PDG de Fintecture, mais également démontrer sa solidité auprès de ses partenaires et anticiper l'avenir en s'assurant quatre ans de trésorerie pour traverser la crise.
- **Un large éventail de solutions** : Les transactions en contexte B2B se caractérisent par des paniers moyens élevés, des taux de marge faibles, un besoin d'acquiescer une bonne connaissance du client « KYC » impliquant le plus souvent des traitements manuels chronophages, des retards dans les validations de commandes et dans la réception des paiements, un fort besoin de réconciliation et des parcours de paiement décousus. Fintecture a mis au point un panel de solutions visant à répondre à l'ensemble de ces problématiques :

- Le virement immédiat construit sur une infrastructure d'open banking qui permet de faire du paiement de compte à compte de manière fluide sans saisir d'IBAN.
- Le virement réconcilié transforme le virement bancaire classique en mode de paiement automatisé. Une solution qui utilise la technologie d'IBANs virtuels et un algorithme de réconciliation propriétaire pour une automatisation complète et instantanée des traitements et suivi des virements bancaires.
- Le délai de paiement garanti : permettant aux marchands de proposer des délais de paiement sans frais pour leurs clients, avec un coût 2 à 4 fois plus faible que le BNPL classique ainsi qu'une garantie de paiement.
- Le remboursement immédiat : une solution permettant aux marchands de réaliser des remboursements ou des rétributions, particulièrement adapté aux besoins des marketplaces, de manière immédiate et 100% automatisée.
- **Une ambition internationale** : Même si aujourd'hui, son principal marché est la France, la fintech se développe fortement en Europe et vise les Etats-Unis avec des solutions agnostiques en matière de géographie.

MISE EN PERSPECTIVE

- En novembre dernier, Fintecture lançait également une solution de "demande de paiement" (Request to Pay), afin de permettre aux entreprises de se faire payer immédiatement. Fintecture propose à ses clients 3 façons simples et économiques de collecter leurs paiements à distance et en physique : par e-mail, par lien de paiement ou par QR code.
- Sa solution s'intègre dans les CMS (comme Prestashop) de ses clients par le biais d'une API, et peut également s'intégrer dans les logiciels de gestion comptable comme [Pennylane](#), [Libeo](#), ou Regate. Les demandes de paiement peuvent être générées par lien ou QR code. Fintecture travaille notamment avec Auchan Retail, Edenred et Bricoman.

Source : [Communiqué de presse](#)

The screenshot shows a web application interface for 'fintecture'. The main content area is titled 'Paielements' and contains a table of transactions. The table has columns for 'Nom', 'Référence', 'Montant', 'Date', and 'Statut'. The 'Statut' column contains colored buttons with labels: 'TROP PERÇU' (blue), 'EN ATTENTE' (orange), 'VALIDE' (green), and 'INSUFFISANT' (red). The 'Terraie' row is highlighted in light blue. At the bottom right of the table, there is a pagination control showing 'Rows per page: 8' and '1-8 of 1240'.

Nom	Référence	Montant	Date	Statut
BTP express <small>Updated 1 day ago</small>	#45752	250 €	May 26, 2019 <small>8:35 PM</small>	TROP PERÇU
Builder House <small>Updated 1 day ago</small>	#45751	12 000 €	May 26, 2019 <small>8:00 AM</small>	EN ATTENTE
Allstar BTP <small>Updated 1 day ago</small>	#45750	5 300,61 €	May 26, 2019 <small>7:30 PM</small>	VALIDE
Allan Barker <small>Updated 2 days ago</small>	#45749	4337,99 €	May 25, 2019 <small>5:00 PM</small>	VALIDE
Terraie <small>Updated 2 days ago</small>	#45748	1 909,41 €	May 25, 2019 <small>4:00 PM</small>	INSUFFISANT
D&V Bridges <small>Updated 3 days ago</small>	#45747	203 €	May 25, 2019 <small>2:00 PM</small>	VALIDE

Atlar lève des fonds pour automatiser les paiements B2B

Paiements B2B – Europe – 15/11/2022

Atlar est une fintech suédoise créée par d'anciens employés de Tink, Joel Nordström, Joel Wägmark et Johannes Elgh, qui se sont fixés comme mission de moderniser l'envoi des paiements B2B en fournissant aux entreprises des API standardisées qui leur permettent de se connecter à leur banque pour générer automatiquement leurs paiements.

LES FAITS

- Le tour de table a été mené par Index Ventures, La Famiglia VC et Cocoa VC, avec la participation et d'un certain nombre d'investisseurs providentiels, dont Mikko Salovaara, directeur financier de Revolut, l'ancien vice-président exécutif des ventes mondiales chez Adyen, Thijn Lamers et le professeur Jan Kemper, directeurs financiers de N26.
- Atlar est une plate-forme qui permet aux entreprises d'automatiser toutes leurs activités de paiement, y compris l'initiation de virements, le rapprochement des transactions et le traitement des prélèvements, directement avec leurs partenaires bancaires existants.
- Les utilisateurs peuvent initier des virements, gérer les prélèvements automatiques et accéder aux données bancaires de l'entreprise via une API et un tableau de bord.
- En particulier, Atlar peut être utilisé pour le paiement des primes d'assurance, les remboursements de prêts, ou encore sur des opérations faisant intervenir plusieurs comptes bancaires dans plusieurs pays européens.
- Atlar a déjà intégré un certain nombre de clients précoces à sa plate-forme, notamment la compagnie d'assurance Lassie, la société de paiement Mynt et le prêteur allemand de technologie financière Banxware.

ENJEUX

- Adresser un besoin encore mal couvert : Alors que la récupération et l'exploitation des données de l'open banking a été l'objet d'une première vague de fintech, qui sont aujourd'hui nombreuses sur le marché et que d'autres fintech à l'image du néerlandais [Adyen](#) se concentrent sur l'automatisation de l'acceptation des paiements, la plateforme d'Atlar se positionne sur l'automatisation de l'initiation des paiements entre entreprises, un service qui est, selon la fintech, encore relativement peu adressé et réalisé manuellement dans de nombreuses entreprises.
- Exploiter une technologie d'avenir : Les applications reposant sur des interfaces de programmation, autrement appelées API, permettent d'automatiser un nombre grandissant d'opérations financières de manière de plus en plus subtile. Si Atlar se concentre dans un premier temps sur l'initiation des paiements depuis les comptes bancaires, cette dernière pourrait à l'avenir y adjoindre de nombreuses options telles que le paiement différé très apprécié par les entreprises. La plateforme d'Atlar a donc de belles promesses à offrir à ses investisseurs et à ses clients. Ses fondateurs veulent faire d'Atlar, le système d'exploitation des paiements bancaires.

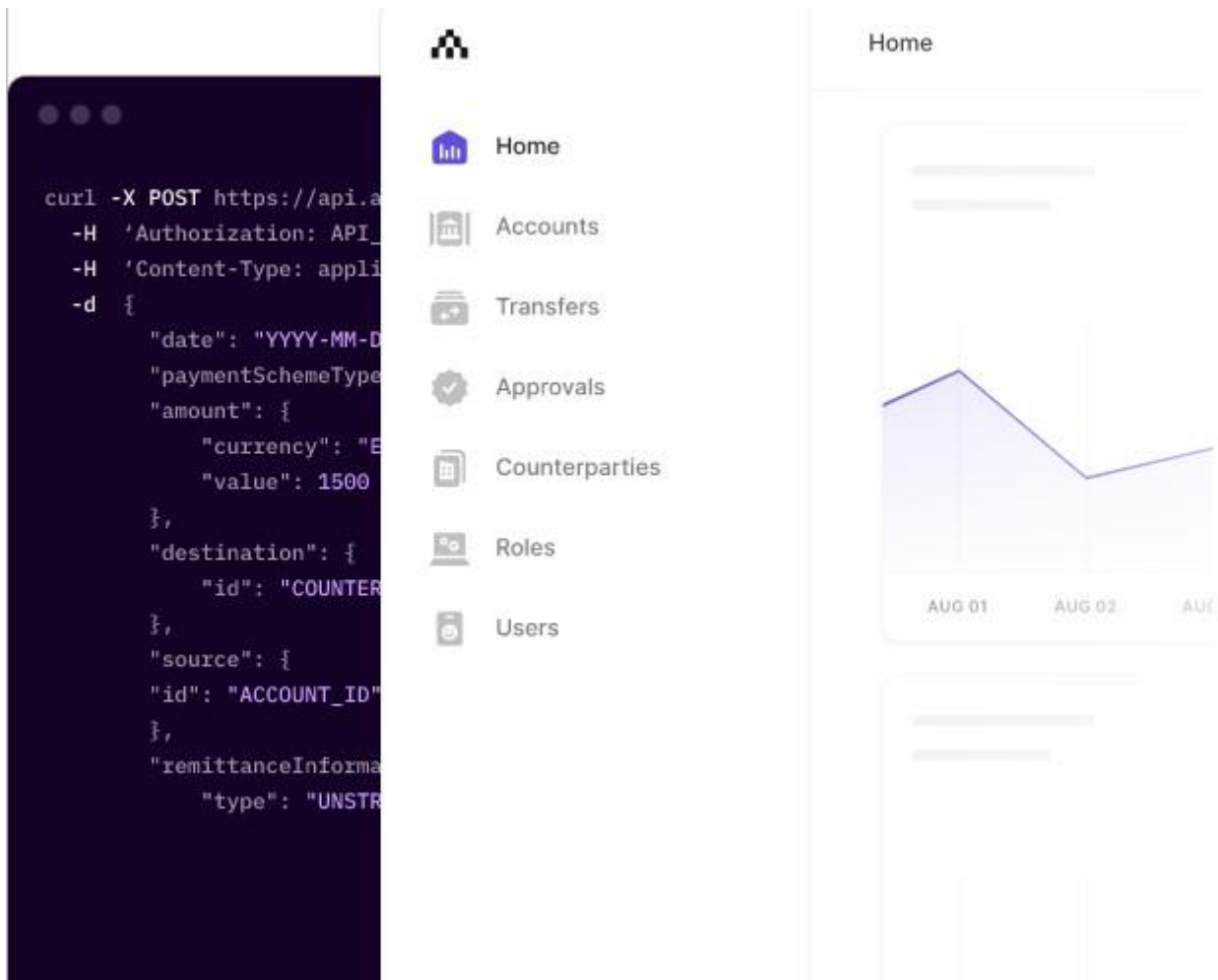
MISE EN PERSPECTIVE

- Une autre fintech avait attiré notre attention en janvier dernier en lançant un service similaire d'automatisation des virements bancaires pour les entreprises. Cette fintech dénommée [Numeral](#) avait

réussi à lever 13 millions d'euros et fédérer autour de son projet des fonds d'investissement prestigieux tels que Balderton Capital et Kima Ventures et des investisseurs du sérail dont Alexandre Prot (Qonto), Tom Blomfield (Monzo), Guillaume Princen (Stripe) .

- Les paiements B2B attirent de plus en plus notre attention, que ce soit du côté des investisseurs, qui financent les fintech comme [Fintecture](#), qui offrent des services dédiés aux entreprises, les groupes bancaires comme [BNP Paribas qui en rachetant la fintech Kantox](#) veut améliorer ses propres offres dédiées à ce segment, et même [les acteurs du e-commerce comme Amazon](#) qui rivalise avec les acteurs bancaires pour faciliter la gestion de trésorerie de leurs clients.

Source : [Techcrunch](#)



Memo confié à JPM la gestion de ses paiements internationaux

Paiements internationaux – France – 16/11/2022

Memo Bank a choisi la banque américaine J.P. Morgan pour traiter leurs paiements internationaux et la gestion des devises. Ce partenariat a pour objectif de permettre aux entreprises clientes de Memo Bank d'accélérer leur développement à l'international.

LES FAITS

- La connexion directe avec la première banque américaine permet à Memo Bank de proposer le change de plus de 130 devises et des tarifs avantageux à ses clients.
- Ce partenariat permettra à Memo Bank de proposer à ses clients PME un service de paiement international directement intégré au compte bancaire.
- Les frais et commissions de change sont entièrement prévisibles et dépendent de la devise choisie.
- Faute de volumes suffisants, les PME françaises sont souvent confrontées à des frais et commissions sur les taux de change illisibles et démesurés.

ENJEUX

- **Adresser un pain point à l'internationalisation** : Les virements internationaux et le change sont une source de problèmes récurrents pour les PME : processus par téléphone, lenteurs, et frais cachés sont monnaie courante quand il s'agit de recevoir ou d'envoyer de l'argent à l'international.
- **Limiter les intermédiaires** : C'est une obsession pour Memo Bank, première banque indépendante créée en France depuis cinquante ans, de ne pas sous-traiter à ses concurrents, comme le font de nombreux acteurs fintech adeptes notamment du Banking-as-a-Service, des activités qui pourraient grever son indépendance. Membre principal Visa et [participant direct à la chambre de compensation EBA Clearing](#), Memo Bank a une fois de plus choisi de se connecter au plus près des services de paiement en développant avec J.P. Morgan une solution de paiement international via SWIFT.

MISE EN PERSPECTIVE

- Il y a quelques jours, la banque française BNP Paribas annonçait [le rachat de la fintech Kantox](#), spécialisée dans la gestion automatisée du risque de change. La technologie de Kantox a séduit la banque qui va pouvoir la distribuer auprès de sa clientèle Entreprises. Elle mise sur un long travail en commun avec la fintech, entamé depuis 2019, pour dégager des synergies de ce rapprochement.
- Longtemps considérées comme le parent pauvre, les PME ne suscitaient pas beaucoup d'attention des banques, ce qui a fait naître de nombreuses fintech dont la promesse était de mieux prendre en compte les besoins spécifiques de cette clientèle. Mais, depuis quelques années, un revirement semble s'opérer et la concurrence sur ce segment s'intensifie.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement intégré – PaaS

Wetravel, la plateforme de réservation et de paiement pour les entreprises

Paiement B2B – Monde – 04/11/2022

Avec une conjoncture difficile dans le secteur des voyages [B2B](#), due à la pandémie, les voyages sont de nouveau de retour. Wetravel, la fintech basée aux [Pays-Bas](#), a levé 27 millions de dollars en [série B](#) pour se développer sur le créneau du voyage B2B, prenant en charge l'ensemble du parcours depuis la réservation jusqu'au paiement instantané des fournisseurs.

LES FAITS

- Wetravel propose une solution permettant d'encaisser et de recevoir des paiements, la possibilité de créer son propre site web de voyage et la gestion à 360° du voyage professionnel.
- Wetravel annonce avoir plus de 3000 entreprises, soit 500.000 utilisateurs de leur plateforme.
- Après le covid, la fintech a vu ses revenus tripler et une augmentation des volumes de transactions de 300%.
- La levée en série B a été dirigée par Left Lane Capital, Swift Ventures et Base10 aux côtés d'investisseurs comme Victor Jacobsson (cofondateurs de Klarna).
- 8 ans après sa création, la fintech n'avait que levé 7 millions de dollars.

ENJEUX

- **S'imposer sur le marché des voyages B2B** : à l'ère du digital, les agences de voyages ne font plus la loi, notamment dans le monde des voyages B2B. De nombreux acteurs comme Booking ou encore Airbnb ont su s'imposer sur ce créneau. L'enjeu alors pour Wetravel sera de continuer de poursuivre son développement misant sur une offre composée de deux parties :
 - La partie plateforme permettant de planifier et organiser un voyage
 - La partie paiement permettant de proposer des solutions de paiements flexibles comme pouvoir payer des montants différents entre différentes personnes, des paiements échelonnés ou encore répartis entre plusieurs fournisseurs
- **Offrir une expérience de paiement sans rupture** : Wetravel mise sur la facilité, l'instantanéité et la flexibilité du paiement. La fintech propose une palette de fonctionnalités liées au paiement comme les frais de virement B2B, la gestion du multidevise, les paiements fractionnés, etc. Wetravel selon son cofondateur Koepfel compte bien se positionner comme "Le Paypal du voyage".
- **Remonter son positionnement sur l'ensemble de la chaîne de valeur du voyage** : Wetravel s'appuie aujourd'hui sur des applications comme TripAdvisor ou Yelp pour donner des recommandations aux clients, notamment les endroits à découvrir ou encore les restaurants. Une piste que Wetravel devrait vite intégrer à son business model.

MISE EN PERSPECTIVE

- Wetravel offre une solution clé en main sur la gestion des voyages B2B, se positionnera-t-elle comme une [brigue de "voyage-as-a-service"](#) ou comme une ["bank-as-a-platform B2B"](#), une véritable [marketplace B2B](#) permettant la gestion de trésorerie et/ou des dépenses à l'instar de [Penta \(qui a été racheté il y a peu par Qonto\)](#), [Mooncard](#) ou encore [Spendesk](#).
- Les [néo-banques](#) ont bousculé les standards des consommateurs concernant l'instantanéité des paiements, se versant également dans le monde B2B. Favoriser également par la démocratisation du [virement instantané \(EPI\)](#). Les entreprises sont de plus en plus appétantes à cette fonctionnalité, notamment pour mieux gérer leur trésorerie, la traçabilité du capital, et une meilleure prise de décision des politiques de coûts.

Source : [Techcrunch](#)



wetravel

FREENOW centralise les paiements avec American Express

Paiement intégré – Allemagne – 10/11/2022

L'application de transport terrestre FREENOW s'associe au spécialiste des paiements American Express pour permettre aux entreprises de centraliser et de rationaliser leurs processus de réservation, de paiement et de gestion des dépenses.

LES FAITS

- Fintecture est une fintech qui développe des solutions de paiement instantané de banque à banque sans intermédiaire pour les commerçants.
- Le nouvel accord prévoit la connexion de la plate-forme Free Now for Business avec American Express Business Travel Account (BTA) dans sept pays européens : Royaume-Uni, Irlande, Autriche, Italie, France, Allemagne et Espagne.
- Parmi les avantages de ce partenariat stratégique :
- Le paiement centralisé des frais de déplacements avec une solution de paiement unique.
 - Une meilleure visibilité et un meilleur contrôle des frais de déplacement. Les données liées aux déplacements sont regroupées dans un seul relevé mensuel électronique American Express pour faciliter les processus de réconciliation et de comptabilité.
 - Le respect de la politique de voyage, garantissant l'utilisation de fournisseurs préférentiels.
 - L'optimisation et la réduction des tâches administratives, grâce au paiement et à la facturation automatisés qui éliminent les avances de frais.
- Ce service devrait également être étendu à la France courant 2023.

ENJEUX

- **FREENOW poursuit l'évolution de son application de réservation en « super app » de mobilité.** Depuis 2021, FREENOW s'est déjà attelé à étoffer son offre multimodale en proposant au sein d'une seule et même application jusqu'à huit modes de mobilité (taxi, VTC, autopartage et location de voiture, scooter, vélo et trottinette électriques, transport public). Désormais, la société va un cran plus loin en devenant la première plateforme privée à intégrer des services de transport public, en Allemagne.
- **Une solution clairement orientée B2B :** En plus de permettre une meilleure souplesse de trésorerie, ce partenariat offre un gain de temps sur la gestion des notes de frais. L'intégration offre aux gestionnaires de voyage des entreprises plus de visibilité et de contrôle sur les dépenses liées aux déplacements de leurs employés.

MISE EN PERSPECTIVE

- Amex offre également aux clients plus de visibilité et de contrôle sur les dépenses de leurs voyageurs sur la route, ainsi que l'intégration d'autres types de dépenses d'entreprise telles que les transactions aériennes, ferroviaires et hôtelières.

- AirPlus, le spécialiste des paiements corporate allemand s'est associé avec Uber for Business pour simplifier le règlement des courses en VTC. Plus besoin pour le voyageur de les régler, puis de se faire rembourser : tout est centralisé sur le compte logé de l'entreprise.

Source : [Site web](#)



La compagnie de voyage Amadeus créé une filiale dédiée au paiement

Paiement intégré – Espagne – 18/11/2022

La compagnie de voyage espagnole Amadeus prévoit de lancer une nouvelle activité axée sur les paiements en 2023, avec une carte virtuelle prépayée qui sera sa première offre.

LES FAITS

- La société basée à Madrid prévoit de créer une filiale baptisée Outpayce d'étenue en propriété exclusive.
- Elle a également demandé à la Banque d'Espagne une licence de monnaie électronique, afin qu'Outpayce puisse fournir des services réglementés dans l'Espace économique européen.
- Cette nouvelle entité se concentrera sur la mise en place d'une expérience de paiement de voyage fluide et connectée tout au long du parcours du voyageur et l'accélération du rythme de l'innovation dans les voyages.
- La nouvelle division s'appuiera sur le travail de l'activité de paiement existante d'Amadeus avec le lancement d'une plate-forme ouverte basée sur des API qui aide les sociétés de paiement tierces et les fintech à se connecter rapidement et facilement aux agences de voyages.

ENJEUX

- **Une vision prospective et orientée client** : Le secteur du voyage connaît une explosion de l'innovation grâce à de nouveaux services tels que la tarification multidevise, l'achat immédiat avec paiement ultérieur, ainsi que la finance intégrée, qui aident les entreprises du voyage à offrir l'expérience de paiement que les voyageurs attendent.
- **Une plateforme de paiement ouverte** : Les paiements sont présents à chaque étape d'un voyage, depuis la réservation, en ligne ou auprès d'une agence de voyage, jusqu'au paiement de bagages supplémentaires à l'aéroport ou au départ de l'hôtel. Il est de plus en plus important de garantir des paiements fluides, intégrés, voire invisibles, pour le voyageur. Lors de paiements B2B entre vendeurs et acheteurs du secteur du voyage, l'intégration dans l'écosystème du voyage est un facteur de différenciation clé. Les compagnies aériennes, les hôtels et les agences de voyages utilisant la plateforme pourront accéder à un large choix de services de paiement d'Amadeus et de tiers via une connexion unique. La plateforme actuelle fournit des services de partenaires de confiance tels que Citi, Mastercard et Paypal, parmi beaucoup d'autres, et prévoit d'étendre ce réseau de partenaires.
- **Le paiement au centre de cette expérience** : Le premier service réglementé qu'Outpayce a l'intention d'offrir si la licence est accordée est l'émission de cartes virtuelles prépayées au sein de sa solution B2B Wallet, que les agences de voyage utilisent pour payer les prestataires de services de voyage tels que les compagnies aériennes et les hôtels.

MISE EN PERSPECTIVE

- Aux Etats-Unis la compagnie Hopper a récemment obtenu un investissement supplémentaire de 96 millions de dollars de [Capital One](#) pour élargir son partenariat.

- La banque [Citi](#) prévoit le lancement prochain d'un nouveau service, baptisé Citi Travel. Il se présentera sous la forme d'un portail dédié à l'organisation de voyages et a été développé en partenariat avec [Booking.com](#).
- Enfin, la néobanque/Super-app Revolut a annoncé l'an dernier, le lancement d'un nouveau service baptisé [Stays](#) agrégeant un ensemble de services liés au voyage et présenté comme une sorte de couteau-suisse aux voyageurs clients de Revolut.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement fractionné

Paiement fractionné: Jifiti se lance aussi dans le BtoB

Paiement fractionné – Etats-Unis – 3/11/2022

La fintech américaine Jifiti, qui propose une plateforme en marque blanche de paiement fractionné, vient d'annoncer un élargissement de son offre au BtoB. Cette diversification s'inscrit dans un [mouvement](#) assez massif des acteurs du BNPL vers l'eldorado du commerce BtoB, déjà amorcé par des acteurs comme Hokodo, Klarna (avec Billie), Pledg, [Franfinance](#) ou [Younited](#).

LES FAITS

- Jifiti est une plateforme créée en 2011, qui propose des solutions de crédit et de paiement fractionné en marque blanche, à destination des établissements financiers et des commerçants.
- Jusqu'ici concentrée sur le commerce BtoC (en ligne et en point de vente), Jifiti annonce un élargissement assez logique de cette plateforme vers le commerce BtoB.
- Techniquement, il s'agit de la même plateforme, qui couvrira l'ensemble des besoins de ses clients, que ce soit pour s'adresser au segment BtoC ou BtoB, avec deux possibilités d'intégration, soit via des API, soit via l'émission d'une carte virtuelle qui ne nécessite aucune intégration avec le site ou le commerçant (en partenariat avec Mastercard).
- En termes de produits, Jifiti proposera à la fois du paiement fractionné en 3 ou 4 fois et du paiement différé à 30 jours ; sa plateforme gère également les crédits affectés et les lignes de crédit.

ENJEUX

- **Proposer une vision exhaustive du Buy Now Pay Later** : la principale spécificité de Jifiti est de proposer tous types de produits de crédit en marque blanche, sans nécessité d'intégration technique, dans une vision très exhaustive, où la fintech intervient en back-office pour la fourniture et la gestion d'une plateforme technique clé-en-main. C'est dans cette perspective que l'acteur a par exemple passé un partenariat avec IKEA pour gérer l'ensemble de ses facilités de paiement en point de vente dans le monde.
- **Aider les commerçants à valoriser leurs données.** L'autre spécificité, qui en découle, est que Jifiti permet aux retailers de conserver la main sur leurs données clients pour en exploiter toute la valeur. Sa plateforme propose donc aux commerçants un module de récupération et de visualisation de ces données. Il en est de même pour la marque, contrairement à d'autres acteurs, comme Apple ou Klarna, donc la solution implique une mise en valeur de leur propre marque.

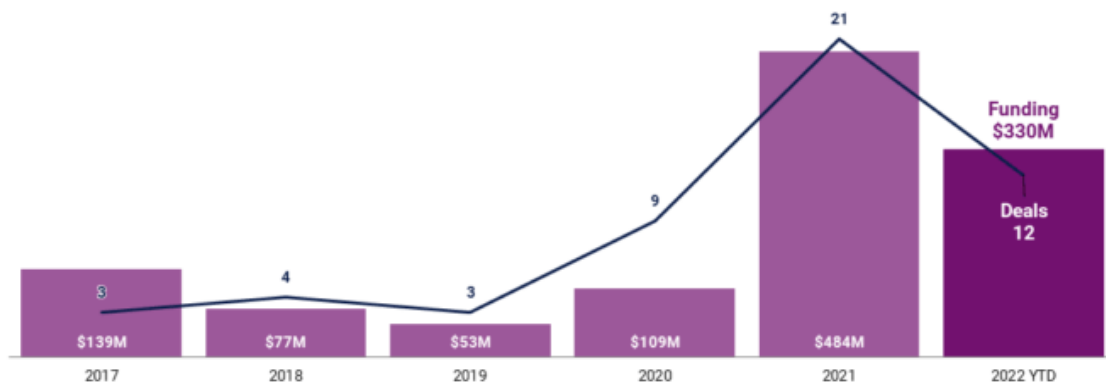
MISE EN PERSPECTIVE

- Nombre d'acteurs du paiement fractionné, initialement positionné sur le marché BtoC, commencent à explorer le potentiel du marché BtoB, notamment en e-commerce. C'est par exemple le cas de [Pledg](#) qui, via un partenariat avec Allianz Trade pour le scoring des entreprises, s'est donné pour objectif de répliquer en BtoB la qualité des parcours de BNPL que connaît l'e-commerce BtoC.

- Klarna a également commencé cette diversification avec Billie en 2021. Aujourd'hui, Klarna annonce un partenariat avec Krea, un courtier suédois spécialisé dans le crédit aux PME. C'est la plateforme d'open-banking de Klarna ([Kosma](#)) qui est mobilisée pour permettre de scorer plus facilement les entreprises. Résultat, ces dernières obtiennent des prêts de montants plus élevés (+ 15 % en moyenne), pour des taux d'intérêt plus bas (- 4 % en moyenne).
- Cet engouement pour le BNPL BtoB se traduit également en chiffres : d'après CBInsights, les montants des levées de fonds des acteurs du paiement fractionné BtoB en 2022 devraient dépasser ceux de 2021, qui étaient déjà en très forte augmentation depuis 2019.

B2B BNPL funding and deals are on pace to surpass 2021 totals

Disclosed equity funding & deals as of 8/20/2022



CBINSIGHTS

Resides within our Robust Platform

Through our white-labeled platform, you can offer the full suite of BNPL options, from Split Pay through to Installment Loans for business customers and consumers.

Or you can pick and choose the programs to best suit your goals, and your merchant and consumer needs.

[Learn More](#)



Source : [Communiqué de presse](#)

E-commerce, E-Paiement

Digital Virgo, spécialiste des paiements sur facture télécom choisit le Nasdaq

Paiement direct sur facture – Etats-Unis – 24/11/2022

Digital Virgo a annoncé jeudi qu'elle s'introduirait en bourse aux États-Unis dans le cadre d'une opération à blanc qui valorise la plateforme française de paiements mobiles à 513 millions de dollars.

LES FAITS

- Le Groupe Digital Virgo est une entreprise d'origine lyonnaise spécialisée depuis 2008 dans le paiement mobile et le marketing digital. Elle compte parmi les spécialistes mondiaux du paiement mobile via les solutions de facturation des opérateurs télécoms et des fournisseurs de mobile money.
- Digital Virgo est présente dans plus de 40 pays, notamment en Afrique, et propose à plus de 2 milliards d'utilisateurs une plate-forme unique pour payer les sports, les divertissements et les jeux dans le cadre de leur facture téléphonique.
- Digital Virgo connecte les marchands aux opérateurs et aux fournisseurs d'eWallet en utilisant des canaux transactionnels simples, rapides et sécurisés, disponibles partout dans le monde.
- En connectant les opérateurs et les marchands, Digital Virgo facilite :
 - La génération de trafic et d'engagement durable pour les opérateurs ;
 - L'accès simplifié à des audiences et des hub de distribution pour les créateurs de contenus ;
 - La monétisation de contenu de façon sécurisée et adaptée aux réalités locales ;
 - La mise en place d'un écosystème performant grâce à des expertises additionnelles telles que le marketing digital, l'animation éditoriale, la connaissance des marchés et des besoins locaux, l'assurance d'une sécurité des paiements, etc.
- La facturation par l'opérateur offre une option rapide et sûre pour les achats de contenu numérique. Les utilisateurs peuvent effectuer des paiements en quelques secondes sans se connecter à des comptes supplémentaires, ce qui entraîne une conversion plus élevée par rapport aux méthodes de paiement bancaires.

ENJEUX

- **Un choix de cotation stratégique** : son fondateur Eric Peyre, avait tout préparé, il y a trois ans, pour une introduction en bourse sur Euronext avant de renoncer au dernier moment devant les fluctuations du marché. C'est finalement sur le Nasdaq américain qui est plus adapté que la bourse européenne pour les entreprises de la tech qui a été choisi. Ce choix stratégique implique que la société bénéficie des mêmes outils que ses concurrents en terme de capacité à lever des fonds, de valorisation ou encore de crédibilité.
- **Expansion vers de nouveaux marchés** : Au-delà du marché américain qui représente un potentiel élevé en matière d'acquisition client, mais également d'intégration de nouveaux contenus, Digital Virgo vise également l'Asie et le moyen-orient où le mobile est souvent le seul vecteur de paiement et d'accès à des contenus.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Evina est une start-up française](#) proposant aux opérateurs télécoms d'identifier et de neutraliser les risques de fraudes liés aux opérations de paiement mobile. Elle compte, parmi sa quarantaine de clients, des opérateurs de premier plan tels qu'Orange, Bouygues Telecom ou Vodafone. Connue sous le nom de « direct carrier billing », le marché de la facturation directe via facture des clients des opérateurs télécom croît très vite : près de 20 % des achats mondiaux de contenus numériques passent par les télécoms, selon une étude de Juniper Research, contre 68.5 % pour la carte bleue. Il représente plus de 40 milliards de dollars en 2021.

Source : [Site web](#)



Digital Virgo enables the payment of products and services via the Carriers Billing System ...

Whatsapp cherche de nouveaux horizons avec la fonctionnalité Business search

Social commerce – Brésil – 24/11/2022

Dans la continuité d'[une première ouverture de Whatsapp avec Jiomart](#) pour en faire un véritable plateforme d'e-commerce, la messagerie lance aujourd'hui une nouvelle fonctionnalité dans certains pays qui permet aux utilisateurs de rechercher des entreprises, de les contacter et de faire des achats sans jamais avoir à quitter l'application.

LES FAITS

- Pour rappel, whatsapp avait lancé en août dernier, une première expérience d'achat de bout en bout sur WhatsApp qui permet d'ajouter des produits à leur panier et de payer pour effectuer des achats, le tout sans quitter l'application.
- Cette expérience avait été lancée avec le site e-commerce JioMart en Inde, qui est devenu un marché clé pour Meta. WhatsApp est utilisé par plus de 550 millions de consommateurs indiens
- Lors du tout premier WhatsApp Business Summit au Brésil, le PDG de Meta, Mark Zuckerberg, a annoncé une nouvelle mise à jour qui permettra aux utilisateurs de WhatsApp de rechercher des entreprises - par catégorie ou par nom - directement dans l'interface utilisateur WhatsApp.
- Concrètement, la fonction de recherche comprend :
 - Une mini-carte pour consulter les entreprises à proximité ;
 - Des filtres par catégorie et des comptes professionnels vérifiés, ce qui facilitera l'accès aux différentes options d'achat dans l'application.
- Cette nouvelle fonctionnalité permettra également d'acheter des produits via un paiement sécurisé directement depuis une discussion.
- Cette nouvelle option est ouverte aux utilisateurs du Brésil, au Royaume-Uni, en Indonésie, au Mexique et en Colombie jusqu'à présent. À partir de ceux-ci, seuls les utilisateurs au Brésil peuvent rechercher des PME (petites et moyennes entreprises) dans leur propre quartier, car les capacités de recherche dans les autres pays sont limitées aux grandes marques.
- WhatsApp n'a pas encore fourni de date à laquelle les utilisateurs d'autres pays bénéficieront de la fonctionnalité.

ENJEUX

- **Monétiser l'application** : Les nouvelles fonctionnalités soulignent les tentatives croissantes de WhatsApp de transformer l'application de messagerie géante en un moteur de commerce, l'un de ses plus gros paris pour générer des revenus à partir du service autrement gratuit. La société a révélé dans ses résultats trimestriels le mois dernier que l'activité d'annonces click-to-WhatsApp avait augmenté de 80 % d'une année sur l'autre et était sur la bonne voie pour générer 1,5 milliard de dollars de revenus annuels. Meta a déjà signalé son intention de maximiser les opportunités commerciales dans la messagerie, y compris les publicités Click-to-Message et d'autres outils de connexion directe.
- **Poursuivre son avancée dans les paiements** : Meta développe une solution qui permettra aux utilisateurs d'effectuer un paiement sécurisé directement à partir d'un chat avec leur carte de crédit ou de débit. Cette expérience récemment lancée en Inde, sera étendue au Brésil avec plusieurs partenaires

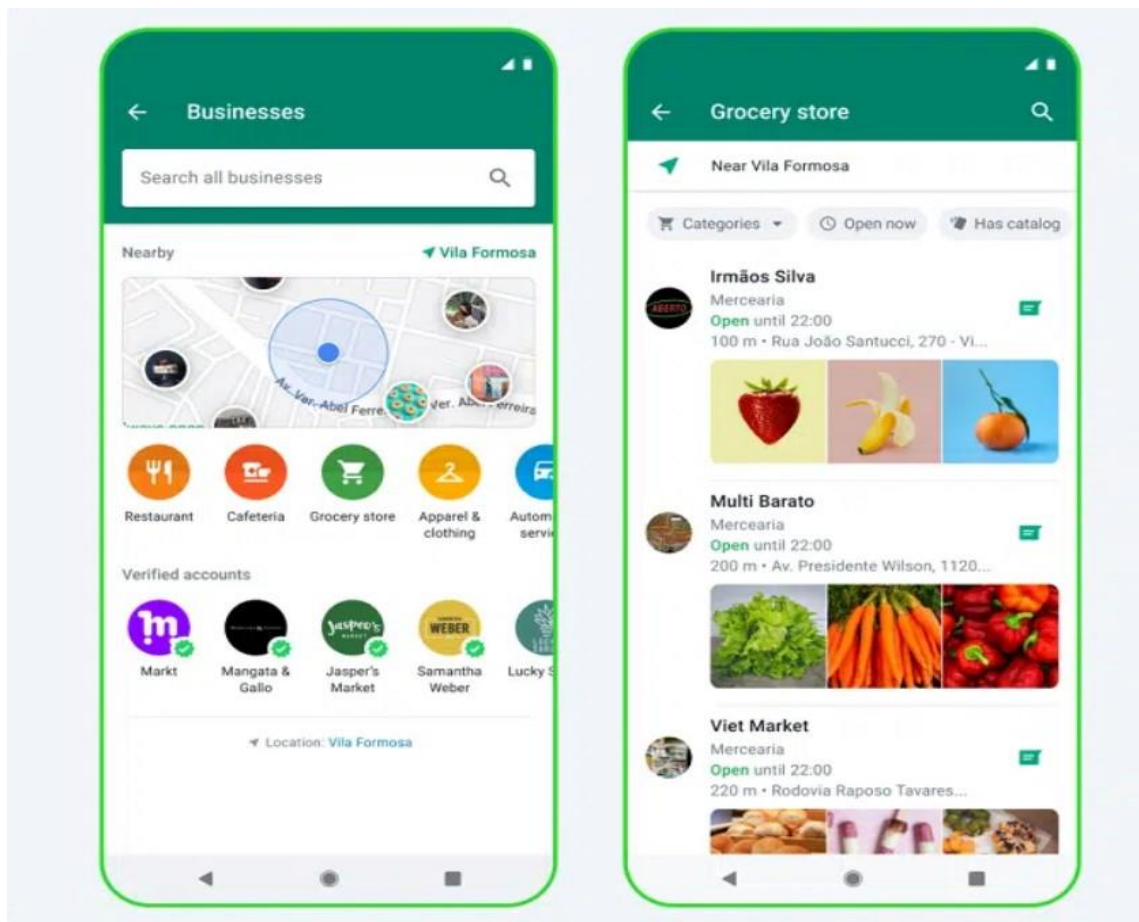
de paiement, dont la solution nationale de paiement instantané Pix. Cette expérience de paiement transparente changera la donne pour les personnes et les entreprises qui cherchent à acheter et à vendre sur WhatsApp sans avoir à se rendre sur un site Web, à ouvrir une autre application ou à payer en direct.

- **Connecter entreprises et utilisateurs** : Cela pourrait donner un grand coup de pouce aux entreprises qui cherchent à utiliser WhatsApp comme outil de connexion. Zuckerberg pense que les réseaux sociaux deviennent de plus en plus des plates-formes de découverte, et que les utilisateurs seraient maintenant plus enclins à l'engagement avec les marques au sein de leur messagerie où la relation est plus directe et la confidentialité mieux préservée.

MISE EN PERSPECTIVE

- Ce n'est d'ailleurs pas une nouveauté, puisque c'est également le modèle que poursuit l'autre réseau social de Méta, [Instagram, qui en juillet dernier, proposait à ses utilisateurs, une fonctionnalité, ouvrant la voie à une nouvelle forme de shopping](#) et de paiement en ligne, via son chat intégré.

Source : [Forbes](#)



TPE, Encaissement, mPOS

SumUp lance la Caisse enregistreuse Lite

Encaissement – Europe – 21/11/2022

[SumUp](#), la fintech spécialisée dans l'acceptation des paiements à destination des petits commerçants lance une nouvelle gamme de solutions de paiement au point de vente appelée POS Lite.

LES FAITS

- Cette nouvelle suite d'instruments est lancée simultanément au Royaume-Uni, en Irlande, en France, en Allemagne et en Espagne
- À travers cette nouvelle offre Lite, l'entreprise propose désormais une caisse enregistreuse d'entrée de gamme idéale pour les plus petits commerçants
- La caisse enregistreuse Lite est une caisse enregistreuse clés en main qui permettra aux plus petits commerçants et micro-entreprises de gérer les paiements en toute simplicité grâce à un ensemble de fonctionnalités clés :
 - traitement des paiements par carte et en espèces,
 - organisation du catalogue d'articles,
 - suivi des recettes,...
- La solution est livrée équipée du logiciel SumUp gratuit préinstallé, et accessible sans abonnement ni engagement à un prix unique de 199 €.
- En outre, les commerçants peuvent accéder à l'intégralité de l'écosystème de SumUp et à une variété de produits : factures électroniques, boutique en ligne ou compte bancaire professionnel.
- En parallèle, SumUp dévoile également une nouvelle version de sa caisse enregistreuse Pro qui offre des capacités avancées d'analyse, de gestion des stocks et de création de rapports permettant aux commerçants de prendre des décisions stratégiques plus éclairées, et de poursuivre leur croissance, dans un contexte économique complexe.

ENJEUX

- **Devenir un leader sur son marché** : SumUp, originellement positionné sur l'acceptation mobile, a fait du chemin depuis et déployé toute une gamme de produits et services dédiés aux petits commerçants. SumUp est d'ores et déjà en passe de devenir le leader européen des solutions de caisse enregistreuse d'ici la fin de l'année, et le lancement de ces nouveaux produits devrait lui permettre de renforcer sa position.
- **Répondre à l'augmentation des coûts liés à la crise** : Au cours des derniers mois, les petites entreprises ont été les plus durement touchées par la hausse des coûts du carburant, la flambée de l'inflation et la hausse des taux d'imposition des entreprises.

MISE EN PERSPECTIVE

- Fondée en 2012, SumUp est le partenaire financier de confiance de plus de 4 millions d'entreprises sur plus de 35 marchés à travers le monde.
- Grâce à sa « Super App », SumUp propose aux commerçants [un compte et une carte d'entreprise gratuits](#), [une boutique en ligne](#), des outils de facturation ainsi que des solutions de paiements physiques et à distance parfaitement intégrés aux terminaux de cartes et aux caisses enregistreuses de SumUp.
- La crise qui touche en premier lieu les commerçants les plus fragiles suscite de nombreuses initiatives. Au delà, des nouvelles offres, des aides plus directes émanent d'acteurs bancaires comme [Banca Intesasanpolo en Italie](#), qui propose de supprimer les commissions liées à l'acceptation des paiements de faibles montants pour soulager ces mêmes commerçants.

Source : [Site officiel](#)



Titres spéciaux de paiements

Cobee lève 41Mlns pour une super app espagnole d'avantages collaborateurs

Avantages salariés – Espagne – 28/11/2022

[Cobee](#), basée à Madrid, a pour mission de révolutionner le secteur des avantages sociaux. La start-up vient d'obtenir 40 millions d'euros de nouveaux capitaux pour développer davantage le produit sur les marchés existants et nouveaux, faisant des avantages sociaux et du bien-être une norme pour les entreprises modernes.

LES FAITS

- La société a levé 40 millions d'euros dans le cadre d'un tour de financement de série B codirigé par Octopus Ventures et Notion Capital, avec la participation des bailleurs de fonds précédents Balderton Capital, Speedinvest et Dila Capital.
- Cobee est basé à Madrid et se développe actuellement sur l'Espagne et le Portugal. L'objectif de la levée de fonds est de s'étendre à d'autres marchés hispanophones et lusophones d'Amérique latine, à commencer par le Mexique, ainsi qu'à d'autres pays du sud de l'Europe.
- Il se concentre sur les petites et moyennes entreprises et compte environ 800 clients dont Ogilvy, Booking, Workday, N26, JTI, Job & Talent, Avis, Línea Directa, Michelin, Petronas et Glovo...
- Cobee couvre actuellement les programmes d'avantages sociaux pour : les repas, le transport, la garderie, la formation, les cartes-cadeaux, le loyer, l'assurance vie et maladie, et bientôt un ensemble plus large d'options de bien-être qui font de plus en plus partie de l'offre d'avantages sociaux (et des attentes) des employeurs.
- En moyenne, les employés utilisent leurs cartes de paiement 10 fois par mois, un nombre accru par le fait que les repas et le transport sont payés avec la carte.

ENJEUX

- **Une expérience client améliorée** : Le point fort de Cobee, c'est leur plate-forme flexible, capable d'être adaptée à différents types d'entreprises et différents pays avec peu de friction. Les employés utilisent l'application pour parcourir et sélectionner les avantages qu'ils souhaitent utiliser et les activer. Dans les cas où il s'agit de commerce physique, ils reçoivent une carte qui peut être utilisée pour les payer.
- **Un "must-have"** : La concurrence et la mobilité accrues sur le marché du travail ont transformé les avantages sociaux des employés d'un outil d'attraction et de rétention des talents « agréable à avoir » à un outil d'attraction et de rétention des talents « besoin d'avoir »
- **Des régimes assez hétéroclites selon les marchés qui rendent l'internationalisation plus compliquée** : Dans certains pays, les entreprises sont tenues par la loi de fournir des repas ou des chèques déjeuner aux employés ; Dans certains marchés, les employeurs fournissent une assurance maladie facultative tandis que dans d'autres, cela peut être le principal moyen de fournir une assurance. Certains peuvent aussi offrir des remises pour divers services tels que les abonnements au gymnase ou les achats chez certains commerçants ou encore de la formation professionnelle.

MISE EN PERSPECTIVE

- Plusieurs acteurs surfent sur la digitalisation de ces activités d'avantages salariés et sur la conjoncture actuelle qui favorisent la mise en place de programmes qualitatifs : Forma aux États-Unis a levé 40 millions de dollars cette année ; Perkbox s'est fait un nom au Royaume-Uni ; Caju et Flash s'affrontent sur le marché Brésilien.
- En France, [Swile](#) a levé des fonds auprès de SoftBank l'année dernière pour une valorisation de 1 milliard de dollars et s'est étendu au Brésil avec [le rachat de Okarit](#) et Sodexo bénéficie d'une position de géant mondial de l'hôtellerie et de la restauration.

Source : [Site officiel](#)



Virements, initiation de paiement

Atoa, la fintech britannique de paiement A2A lève 2,1 M d'euros

Paiement de compte à compte – Royaume-Uni – 29/11/2022

Atoa Payments est une start-up britannique qui utilise l'open banking pour offrir aux commerçants une alternative aux paiements par carte. Elle a levé 2,2 millions de dollars lors d'un cycle de financement de pré-amorçage.

LES FAITS

- Le tour de table a été mené par Leo Capital et Passion Capital, avec la participation d'investisseurs providentiels tels que GoCardless et le cofondateur de Nested, Matt Robinson, Moon Capital Ventures et le cofondateur de MarketFinance, Anil Stocker.
- Les fondateurs d'Atoa, Sid Narayanan, Cian O'Dowd et Arun Rajkumar viennent de Singapour où ils étaient habitués à utiliser des solutions de paiements alternatives. L'infrastructure d'open banking du Royaume-Uni leur a semblé être une opportunité pour créer une alternative au paiement par carte.
- Les rails de paiement Mastercard et Visa peuvent coûter aux petits commerçants et à leurs clients des marges nettes de 51%, avec des frais de 1,5 à 2% sur chaque transaction.
- En réponse, Atoa affiche des frais allant de 0,6% à 0,3% par transaction. Il n'a pas non plus de location de matériel, de frais de service ou d'attestation PCI de frais de conformité.
- Parcours client :
 - Les clients scannent le code QR ou cliquent sur le lien de paiement envoyé par le commerçant;
 - Ils sélectionnent leur banque ;
 - Ils sont ensuite redirigés vers leur application bancaire pour approuver le paiement.
- La technologie d'Atoa utilise une API d'initiation de paiement pour connecter l'application au compte bancaire du commerçant, afin d'émettre une instruction de paiement.
- Pour inciter davantage de clients à utiliser Atoa, la startup prévoit également d'ajouter des récompenses et des avantages de fidélité, tels que des cartes à gratter numériques qui peuvent leur permettre d'obtenir des récompenses en espèces sur leurs comptes bancaires britanniques existants.
- Une fois que les clients paient avec Atoa, les commerçants reçoivent le paiement instantanément via Instant Bank Pay. Ils reçoivent également des fonds dans leur compte bancaire immédiatement, au lieu d'attendre jusqu'à 1 à 2 jours ouvrables.

ENJEUX

- **Réduire les frais** : Atoa est arrivé sur le marché britannique au bon moment pour tirer parti de l'open banking et permettre aux petits et moyens commerçants une solution qui leur permette de réduire les frais liés à l'acceptation des paiements.
- **Simplicité d'utilisation** : La question est de savoir si les consommateurs accepteront cette nouvelle forme de paiement. Le paiement par carte est une habitude tellement enracinée que certains clients peuvent ne pas aimer qu'on leur demande de payer d'une manière différente. Selon Narayanan, la

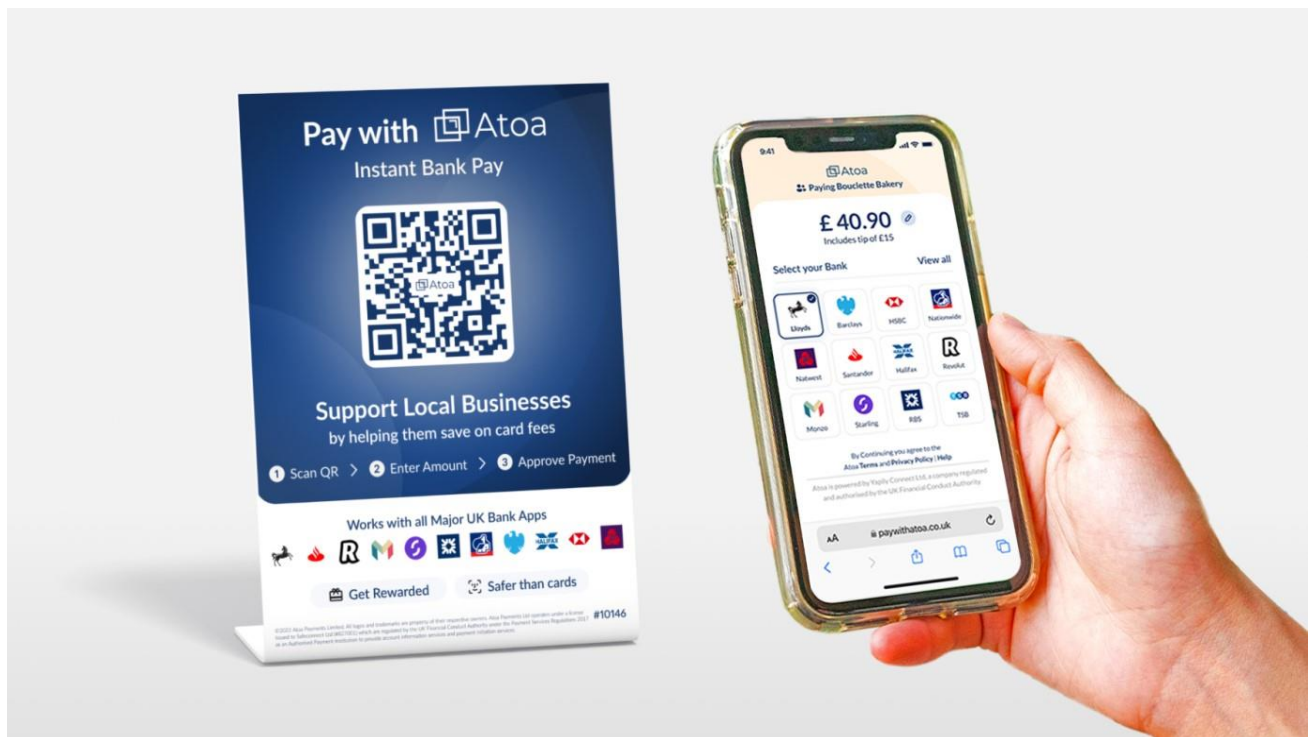
majorité des adultes, soit environ 80% au Royaume-Uni, ont déjà une application bancaire mobile sur leur téléphone, éliminant ainsi la principale source de friction. Les marchands n'ont qu'à envoyer un lien de paiement par SMS, PayBay ou proposent un QR code à scanner.

- **Rassurer** : Dans tous les cas, la fintech ne touche jamais à l'argent de ses clients. Elle demande simplement à la banque du client de transférer l'argent au commerçant.

MISE EN PERSPECTIVE

- Atoa n'est évidemment pas la seule fintech à se lancer sur ce marché, elle n'est pas non plus la première. Mais, cette levée de fonds dans une période plutôt morose confirme la pertinence de cette tendance.
- Le Royaume-Uni est la destination favorite des fintech pour mettre en place des solutions de paiement open banking. A l'image de la start-up [Volt](#) qui transforme les paiements par carte en virements grâce à sa passerelle de paiement baptisée Transformer ou encore la banque écossaise [TSB](#) qui permet à ses clients de réaliser des paiements par virement via le canal whatsapp en utilisant la technologie open banking de Bankifi.
- Aux Etats-Unis, le standard Pay by Bank suscite également l'intérêt des banques comme [Bank of America](#) qui mise sur la solution de la startup Banked, qui vise à devenir le leader des méthodes de paiement alternatives en ligne.

Source : [Finextra](#)



Stratégie d'acteurs

Paypal ouvre son écosystème aux paiements d'Apple

Stratégie d'acteurs – Etats-Unis – 8/11/2022

PayPal et Apple ont conclu un accord pour commencer à accepter les produits de paiement de l'autre au sein de leurs écosystèmes distincts. Un mariage de raison qui vient illustrer une stratégie de repli dans un contexte économique plus difficile.

LES FAITS

- PayPal acceptera les produits de paiement d'Apple dans son écosystème :
 - Offrant le fameux Apple Tap to Pay sur iPhone aux applications PayPal et Venmo
 - Il ajoutera également Apple Pay comme option de paiement sur sa propre plateforme marchande, PayPal Commerce Platform.
- A partir de l'année prochaine, les clients américains pourront ajouter des cartes de crédit et de débit de marque PayPal et Venmo à Apple Wallet et les utiliser partout où Apple Pay est accepté.
- Ces fonctionnalités ne seront disponibles qu'aux États-Unis à partir de 2023.

ENJEUX

- **Compenser les effets de la crise économique** : Le pionnier du paiement numérique PayPal s'adapte au ralentissement du commerce électronique et se prépare à une récession potentielle, en partie en s'alignant sur des partenaires de renom, notamment le géant de la technologie Apple et le géant du marché Amazon. La société compte sur des liens accrus avec Amazon et Apple pour renforcer le volume de transactions des consommateurs circulant dans son système de paiement numérique. Ce nouveau partenariat avec Apple Pay lui donne accès à l'énorme base d'utilisateurs de la société de technologie, qui devrait atteindre 48,7 millions l'an prochain.
- **Une alliance de raison** : Pour PayPal, et sa filiale Venmo, l'objectif est de s'appuyer sur le service proposé par Apple pour offrir aux entreprises et aux commerçants, de nouvelles manières de recevoir leurs paiements. Etant donné la concurrence actuelle sur le marché des terminaux de paiement, Apple s'appuie sur des partenariats pour essayer de ravir des places de marché à ses concurrents comme Square ou Sumup déjà bien implantés chez les commerçants. De son côté, PayPal qui vise à élargir les usages autour de son wallet digital Venmo pour que celui-ci devienne véritablement une référence également pour le paiement physique, a besoin d'enrichir son offre autour du Tap to Pay pour rester compétitif.
- **Un service sous contrôle réglementaire** : Si le service de paiement mobile Apple Pay semble très efficace et intéresse de nombreuses personnes, consommateurs comme commerçants, il a souvent été dans le viseur des autorités. La [Commission européenne](#) s'inquiétait déjà de la concurrence déloyale de l'Apple Pay en 2019, et deux années plus tard, elle ouvrait une enquête, remarquant que les fonctionnalités liées à la puce NFC des iPhones n'étaient liées qu'à l'Apple Pay.

MISE EN PERSPECTIVE

- En octobre, [Amazon a ajouté Venmo](#) comme option de paiement pour les clients américains avant les ventes du Black Friday.
- Dans son [rapport sur ses résultats](#), PayPal a annoncé un chiffre d'affaires de 6,85 milliards de dollars et une croissance de 11 % sur une année. Le nombre de clients de PayPal a continué d'augmenter au troisième trimestre, avec l'ajout de 2,9 millions de nouveaux comptes nets, soit une augmentation de 4 %, par rapport à la même période de l'année précédente.
- PayPal génère un grand volume de transactions et dispose d'une énorme base d'utilisateurs pour Venmo et son offre de BNPL. Mais ni l'un ni l'autre ne génèrent de profits. PayPal veut réduire les pertes de Venmo avec des services plus rentables au-delà des paiements P2P. Et il peut attirer des clients et réaliser un premier profit pour son produit de BNPL en ajoutant des fonctionnalités telles que la possibilité pour les utilisateurs de choisir la fréquence et la taille des versements.

Source : [Site officiel](#)



Retour d'Expérience : Revolut dépasse les 25Mlns de clients

Stratégie d'acteur – International – 23/11/2022

Alors que l'application à succès poursuit une licence d'exploitation britannique très importante pour poursuivre son expansion, la néobanque lituanienne affiche un nombre de clients record et une santé à contre-courant de la période de récession actuelle.

LES FAITS

- [Revolut](#) annonce avoir dépassé les 25 millions de clients (en un peu plus de sept ans). L'objectif des 100 millions de clients, que la néobanque s'était fixé à horizon 2025, semble un peu présomptueux, mais pas inatteignable.
- Depuis juillet, 5 millions de nouveaux clients supplémentaires ont rejoint les comptes de la néo-banque, qui revendique donc un rythme d'ouverture de comptes à un million par mois.
- Elle a lancé jusqu'à 20 nouveaux produits depuis sa création à ce jour.
- Revolut a déclaré traiter près de 330 millions de transactions sur une base mensuelle, ce qui en fait l'une des applications financières les plus utilisées au monde.
- La société prévoit de se développer au Brésil, en Inde, au Mexique et en Nouvelle-Zélande dans les mois à venir après son expansion aux États-Unis cette année, où elle compte plus d'un demi-million d'utilisateurs en banque de détail.
- Revolut a également annoncé le lancement d'une version light de son application Revolut Lite, qui aura pour ambition d'améliorer son accessibilité, mais ne réduira pas la vitesse à laquelle les transactions peuvent être effectuées. Selon l'annonce, le service Lite sera lancé en Amérique latine, en Asie du Sud-Est et au Moyen-Orient.

ENJEUX

- **Une ambition universelle** : Avec cette nouvelle application, Revolut vise de nouveaux marchés où les téléphones sont moins puissants et où le poids de l'application peut être un point critique de l'expérience utilisateur. Revolut qui ne cache pas ses ambitions d'être une super application, a également des velléités de s'étendre sur un marché global et devenir l'une des plus importantes banques au monde en termes de nombre de clients.
- **L'acquisition de la licence Uk freine l'obtention d'autres licences** : La société n'a toujours pas obtenu la licence dont elle a besoin pour opérer en tant que société bancaire au Royaume-Uni, une position qui a eu un impact sur ses efforts pour obtenir des licences dans d'autres juridictions.
- **Une supervision qui va s'accroître au niveau européen** : Jusqu'à présent, l'entité européenne de Revolut était principalement supervisée par la Banque de Lituanie. Mais après un examen au début de l'année prochaine, il est probable qu'elle atteigne le seuil de supervision directe par la BCE, qui supervise les banques les plus importantes et les plus systémiques de la zone euro. Revolut fera l'objet d'une « évaluation complète », couvrant tout, de la qualité des actifs à la gestion des risques en passant par la modélisation interne et la lutte contre la fraude.
- **La culture d'entreprise de la jeune entreprise est souvent mise en cause** : La Financial Conduct Authority du Royaume-Uni a procédé l'année dernière à un examen de la culture de l'entreprise. De son propre aveu, Revolut a une culture interne brutalement franche. Le site Web de l'entreprise se

vante d'être « radicalement honnête sur les performances de chacun » et de donner des commentaires honnêtes d'une manière qui « pourrait parfois blesser ». Cela entraîne de mauvais comportements et rend les gens très combatifs les uns contre les autres. LinkedIn suggère que la durée médiane chez Revolut est d'environ 0,8 an, inférieure aux chiffres de ceux des fintechs rivales telles que les néobanques britanniques Starling et Monzo.

MISE EN PERSPECTIVE

- Dans une interview accordée au journal irlandais Independent, N. Storonsky a annoncé son envie de se lancer sur le marché hypothécaire. Un moyen de se déployer sur le crédit immobilier via un procédé particulièrement mal conçu aujourd'hui. La priorité sera certainement sur le Royaume-Uni. Le déploiement ne sera pas compliqué du point de vue réglementaire, mais de la connaissance du marché. Pour rappel, deux néobanques ont déjà fait des incursions sur ce marché au RU : la britannique Starling Bank et la néerlandaise Bunq.
- Aujourd'hui, la banque qui compte le plus de clients au monde est [Nubank](#). La licorne brésilienne compte 40 millions de clients en Amérique latine, mais n'a pour l'instant pas développé ses activités en dehors de l'Amérique latine.

Source : [Communiqué de presse](#)



Apple Pay finalise son lancement en Corée du sud

Après de nombreux déboires avec la Commission coréenne des communications (KCC), liés à [la position monopolistique de son système de paiement in-app](#), Apple revient en Corée du Sud par le biais de son application de paiement mobile Apple Pay. Le régulateur financier sur le territoire sud-coréen, a révélé que la clause de lancement était en train d'être examinée.

LES FAITS

- C'est par le biais de Hyundai Card, la filiale du groupe Hyundai Motor, qu'Apple Pay devra s'introduire sur le marché sud-coréen. Apple aurait signé un contrat d'exclusivité d'une durée d'un an avec l'entreprise financière basée à Séoul.
- Durant cette période, seules les personnes possédant une Hyundai Card pourront utiliser Apple Pay.
- Le système iOS d'Apple détient une part de marché de 31% dans le pays.
- La Corée du Sud sera le onzième pays d'Asie-Pacifique à prendre en charge le portefeuille et le service de paiement numérique d'Apple. La société basée à Cupertino exploite déjà ses services de paiement en Australie, en Chine, à Hong Kong, à Macao, à Taïwan, au Japon, à Singapour, au Kazakhstan, en Malaisie et en Nouvelle-Zélande.

ENJEUX

- **Intégrer l'un des marchés les plus avancés en matière de paiement numérique :** La Corée du Sud, l'un des pays à la croissance la plus rapide au monde en matière de services numériques, mais pour le moment inexploité par les grandes plate-formes technologiques que sont Apple et Google. Selon une étude [Statista](#), en 2019, seules 17,4 % des transactions ont été effectuées en espèces sur le territoire.
- **Relever un défi concurrentiel...** La Corée du Sud est aussi le berceau de l'un des plus grands fabricants d'appareils Android au monde, Samsung. Et les systèmes de paiements numériques sont déjà largement adoptés en Corée du Sud avec des services tels que Naver Pay, Kakao Pay et Samsung Pay.
- **... et technologique :** Apple utilise avec Apple Pay le protocole « Near Field Communication (NFC) », pour les paiements sans contact, tandis que la majorité des commerces coréens utilisent la transmission magnétique sécurisée (MST). Les deux technologies sont similaires, mais elles ne sont pas interoperables. Aussi, seulement 10 % des 2,9 millions de magasins sud-coréens peuvent utiliser des cartes utilisant un protocole NFC, réduisant drastiquement l'utilité d'Apple Pay sur le territoire.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le volume mondial des paiements effectués sur la plateforme [Apple pay a dépassé celui des grands schemes internationaux](#). Il s'agit cependant d'un cumul, puisque Apple Pay réalise également des paiements utilisant ces schemes.
- Le mois dernier le service de paiement coréen KakaoPay a connu une panne massive suite à un incendie qui a ravagé un centre de donnée hébergeant les services de Kakao. [La super application](#) compte 47,5 millions d'utilisateurs en Corée du Sud, l'équivalent de 90 % de la population. À l'image de WhatsApp en Chine, Kakao c'est d'abord une messagerie instantanée, mais aussi un système de paiement en

ligne, un moyen de prendre un taxi ou les transports en commun, de valider son identité sur certains sites, de jouer à des jeux...

- Après l'arrêté visant à forcer Apple à ouvrir son App store à d'autres méthodes de paiement que les solutions propriétaires (arrêté visant également Google), la firme américaine est de nouveau dans le viseur. La politique de facturation a entraîné le paiement par les développeurs d'applications coréens d'un taux de commission de 33%, tandis que leurs homologues étrangers n'en ont payé que 30%.

Source : [Techcrunch](#)



Cryptomonnaies et MDBC

Revolut permet de régler en cryptomonnaie via ses cartes de paiement et gagner 1% de cashback

Cryptomonnaie – Royaume-Uni – 07/11/2022

La néo-banque Revolut a publié une nouvelle fonctionnalité qui permet aux utilisateurs de transformer leur carte de crédit ou de débit en une carte crypto. Revolut affirme se rapprocher de son rêve de devenir une « super-app », tout en contribuant à démocratiser encore un peu plus les cryptomonnaies.

LES FAITS

- Revolut en quelques chiffres :
 - Valorisé à 33 milliards de dollars, avec un chiffre d'affaires de 254 millions de dollars en 2020, selon les publications de l'acteur.
 - Elle compte environ 20 millions de clients dans le monde qui utilisent sa plate-forme pour les paiements, le trading et d'autres services de gestion de patrimoine.
 - Revolut, a ajouté 22 autres devises, ce qui porte à un total de plus de 40.
- Revolut offrira bientôt à ses clients la possibilité de dépenser des crypto-monnaies avec leurs cartes de paiement. Disponible à partir du 1er novembre 2022, la fonctionnalité n'est disponible que pour les nouveaux clients bancaires britanniques. Pour la configurer, les clients peuvent sélectionner une carte déjà présente dans leur compte ou créer une nouvelle carte. La fonctionnalité fonctionne aussi bien pour les cartes physiques et virtuelles.
- Revolut récompense les utilisateurs qui utilisent leur solde crypto pour payer leurs dépenses quotidiennes. Ils bénéficient alors d'un cashback de 1% dans la cryptomonnaie utilisée : Dogecoin (DOGE), Shiba Inu (SHIB), Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH).
- Revolut prévoit également de créer sa propre crypto : Nikolai Storonsky (PDG de Revolut) a déclaré que le Revcoin devrait être lancé au début de l'année prochaine. Le jeton fonctionnera de la même manière que les programmes Air Miles des compagnies aériennes, où les utilisateurs gagnent des récompenses en fonction de la fréquence à laquelle ils utilisent le service.

ENJEUX

- **Revolut veut miser sur l'écosystème cryptographique** : selon son CEO, la cryptomonnaie serait l'avenir de l'argent. Revolut a multiplié les actions en faveur du développement de la gamme crypto Revolut :
 - continuer d'améliorer le service qui permet aux clients d'acheter et de vendre des cryptomonnaies via son application
 - en augmentant le nombre de crypto-monnaies disponibles dans l'application Revolut à près de 100 jetons
 - en proposant un module de formation ludique « Learn & Earn » permettant d'aider les clients à améliorer leurs connaissances de la cryptographie et des sujets connexes comme la

blockchain, les tokens, la DeFi, ... tout en récompensant les clients qui terminent les modules de formation par des jetons cryptographiques.

- **La cryptomonnaie une source de revenus considérable** : cela représentait jusqu'à 30%-35% des revenus en 2021 de Revolut selon Nikolai Storonsky (PDG). Ce taux est redescendu à moins de 5% cette année.
- **Faire accélérer l'adoption de la cryptomonnaie** : avec la nouvelle carte crypto de Revolut, les clients peuvent payer avec des cryptomonnaies dans n'importe quel magasin du monde. Par conséquent, cette fonctionnalité peut considérablement accélérer l'adoption de celle-ci dans le commerce de détail. Le taux de change actuellement en vigueur est appliqué à la transaction de conversion et les frais de change sont appliqués au plan d'abonnement de l'utilisateur.
- **Être une super app** :
 - Revolut affirme se rapprocher de son objectif de faire de son service une véritable "super app"
 - Revolut développe également un portefeuille DeFi non dépositaire fonctionnant comme une application autonome
 - La nouvelle fonctionnalité de messagerie instantanée de Revolut intègre des images de profil NFT :
 - Le nouvel outil de messagerie permet aux utilisateurs de discuter dans l'application, de partager des GIF et des autocollants et de demander de l'argent, Le chat imite WeChat et AliPay populaire en Asie. Avec une double finalité :
 - leur facilite la vie en leur évitant de s'appuyer sur une solution tierce
 - inciter à parler d'argent, ce qui, selon une enquête, est difficile à faire pour plus de deux Européens sur trois (67,5%)

MISE EN PERSPECTIVE

- Notez que cette nouvelle fonctionnalité arrive à peine 1 mois après que la fintech a obtenu une licence de cryptographie au Royaume-Uni.
- Les cartes cryptographiques ont le vent en poupe, elles sont devenues très populaires car elles aident les clients à retirer leurs fonds numériques et à les utiliser chez divers marchands dans le monde, paliant ainsi l'un des plus grands inconvénients des actifs numériques. Cette nouvelle intervient après celle de Mastercard.
- Le paradoxe crypto, aux États-Unis, seulement 1,5 % des internautes ont effectué des paiements cryptographiques cette année. Deux problèmes principaux ralentissent l'adoption :
 - L'absence de réglementation rend les consommateurs, les PSP et le système financier vulnérables. Empêchant, les consommateurs sceptiques d'accepter les paiements cryptographiques et la plupart des banques de lancer des produits cryptographiques.
 - La volatilité limite également l'utilisation des paiements cryptographiques.
- Selon les prévisions d'Insider Intelligence, le marché est dynamique, la valeur globale des transactions cryptographiques augmentera de 55,4% par an et atteindra 16,16 milliards de dollars en 2023. Selon une enquête Checkout.com, les jeunes consommateurs sont particulièrement intéressés : 40% des 18-35 ans estiment qu'ils utilisent la crypto-monnaie comme moyen de paiement, et pas seulement comme un actif d'investissement.

Source : [Site web](#)



Yuzu devient PSAN et lance le premier compte d'épargne écologique en cryptomonnaie

Epargne – France – 14/11/2022

Yuzu.Green est une [fintech](#) créée par Clément Coeurdeuil, [ancien co-fondateur de Budget Insight](#). Elle vise à redonner du sens à l'épargne, en proposant un livret décarboné, dont les fonds sont adossés à des stablecoins. Après avoir obtenu le statut de [PSAN \(Prestataire de Services sur Actifs Numériques\)](#) auprès de [l'AMF](#), Yuzu a récemment rendu son application accessible au grand public.

LES FAITS

- Yuzu est basée à Paris et compte déjà une dizaine de collaborateurs.
- Son premier produit est un livret d'épargne dont les fonds sont convertis en stablecoins, puis placés dans la finance décentralisée (DeFi) afin de dégager un rendement. Pour cela, Yuzu s'appuie sur plusieurs mécanismes de la finance décentralisée :
 - le staking liquide de plusieurs cryptomonnaies (ETH, DOT, etc), qui s'adresse à ceux qui possèdent déjà des crypto-monnaies, pour leur permettre de dégager un rendement variable entre 2,5 et 10 % ;
 - l'achat-vente de crypto-monnaies sélectionnées par les équipes de yuzu, en fonction de leur utilité et de leur impact énergétique. Dans le cas du bitcoin, considérée comme très énergivore, pas de rendement possible, mais une compensation carbone pour que 1 BTC placé chez Yuzu soit 1 BTC décarboné ;
 - la possibilité d'investir (tout ou partie) des rendements dans des projets français de décarbonation (reforestation, méthanisation, recyclage, etc), mesurés, contrôlés et marqués à faibles émissions de carbone par le ministère de la transition écologique.
- Contrairement aux livrets classiques, le livret Yuzu propose un rendement quotidien, dès 1 euro, sans plafond de versement et avec une mise à disposition des fonds immédiate.
- Yuzu ambitionne de recruter 2 000 à 5 000 utilisateurs d'ici décembre 2022.

ENJEUX

- **Connecter la finance, les crypto-monnaies et l'écologie** : depuis longtemps les crypto-monnaies sont mises en cause pour leur consommation d'énergie excessive. Aujourd'hui, nombre d'entre elles ont évolué pour se défaire de cette image. C'est le cas par exemple d'Ethereum, qui est passé d'un mode de validation des transactions par le proof of work à une validation par le proof of stake, réduisant drastiquement la quantité d'énergie nécessaire pour le minage. C'est dans ce contexte que Yuzu veut réguler l'impact carbone des détenteurs de crypto-monnaies et engager les épargnants dans une démarche de décarbonation par plusieurs moyens :
 - décarboner les BTC des utilisateurs,
 - privilégier l'achat de crypto-monnaies à faible impact,
 - ré-investir une partie des revenus générés dans des projets de décarbonation (par défaut, le seuil est de 15 % des revenus qui vont à l'élimination du carbone).
- **Inspirer et créer les services financiers de demain et décupler le rendement de l'épargne grâce à la DeFi** : avec cette offre d'épargne innovante, Yuzu veut démocratiser l'utilisation de la

finance verte et lutter contre le green-washing, développer des projets de décarbonation made in France et s'appuyer sur les possibilités de la finance décentralisée pour innover. Si la start-up ne semble pas viser les aficionados des cryptos, elle met surtout en avant une proposition de valeur axée sur la compensation carbone et sur le rendement.

MISE EN PERSPECTIVE

- Avec l'accroissement constant de la prise de conscience écologique ces dernières années, et plus particulièrement en cette période de COP27 en Egypte, les fintech dans le domaine de la crypto sont dans une position de plus en plus difficile vis-à-vis de l'empreinte carbone désastreuse générée par cette activité. Certaines fintech en font donc leur point d'ancrage et tentent de revitaliser l'idéal libertaire du monde crypto. C'est le cas de Sweep qui [veut mettre de l'éco-responsabilité dans les portefeuilles d'investissement](#).

Source : [Site officiel](#)



Les banques espagnoles testent l'euro digital

Monnaies numériques – Espagne – 14/11/2022

30 banques espagnoles dont BBVA, Sabadell, Santander, ING et Deutsche Bank, rejointes par les organisations de services de paiement [Iberpay](#), [Bizum](#) et Redsys ont créé un groupe de travail dans le but d'évaluer l'impact de la mise en œuvre d'un euro numérique par la Banque centrale européenne.

LES FAITS

- L'objectif de ce "Proof of Concept" est de déployer dans un environnement de production contrôlé, les différents cas d'utilisation du paiement en monnaie numérique proposés par l'Eurosysteme.
- Cette expérimentation devra fournir une analyse approfondie des implications techniques, opérationnelles et commerciales de l'euro numérique et de sa coexistence avec les instruments de paiement existants.
- Les tests comprendront :
 - les transferts de personne à personne (P2P)
 - les paiements dans le commerce en ligne, o les paiements de commerce physique.
- Le calendrier est très serré car la feuille de route du projet prévoit que ce PoC soit achevée avant la fin de 2022.

ENJEUX

- **Les tests impliqueront les banques en tant qu'intermédiaires et dépositaires des comptes des CBDC.** Le groupe de travail a proposé un modèle collaboratif pour l'euro numérique : pendant que la BCE émet la monnaie, les banques distribuent aux utilisateurs finaux déployant leurs infrastructures existantes afin d'accroître la sécurité et réduire la volatilité.
- **Le groupe a confirmé la possibilité d'appliquer des limites à la détention et à l'utilisation des euros numériques** pour les paiements en ligne et hors ligne. Ils ont ajouté que si le paiement hors ligne basé sur l'euro présente « d'énormes opportunités », il y avait la nécessité d'éliminer les obstacles tels que les restrictions imposées à l'utilisation de la communication en champ proche (Near Field Communication) et la normalisation de l'utilisation des codes QR en Europe.
- **Des enjeux et des intérêts pas nécessairement alignés :** Cette nouvelle phase d'expérimentation fédère un grand nombre d'acteurs parmi lesquels ne figure pas Caixabank, justement [choisi par la BCE](#) pour tester son nouveau prototype d'euro numérique. De plus, cet élan spontané des banques et des services de paiement espagnols, ceux-là même qui avaient été les premiers à [émittre des réserves au sein de la coalition EPI](#), pose des questions.

MISE EN PERSPECTIVE

- Notez que cette nouvelle fonctionnalité arrive à peine 1 mois après que la fintech a obtenu une licence de cryptographie au Royaume-Uni.
- [Iberpay](#) a déjà mené plusieurs essais relatifs aux paiements tokenisés et à l'argent programmable ou intelligent. Dans le cadre de ses expérimentations "[smart money](#)". La banque a déjà testé des modèles basés sur des entrées de compte et des jetons, des technologies DLT distribuées et centralisées sur la blockchain interbancaire Iberpay Red-i, des paiements en ligne et la possibilité de paiements hors ligne

lorsqu'aucune connexion internet n'est disponible, des limites à la détention et à l'utilisation d'euros numériques et des questions importantes telles que l'anonymat ou la programmabilité grâce à l'utilisation de contrats intelligents.

- Pendant ce temps, la BCE sollicite des experts du secteur des paiements pour proposer des cas d'utilisation de la [monnaie programmable](#) pour un euro numérique de détail.
- Un autre sujet oppose la BCE et la banque d'Espagne sur le projet de taxe sur les bénéfices exceptionnels bancaires. Le gouvernement espère gagner quelque 3 milliards d'euros en imposant aux banques espagnoles qui ont réalisé plus de 800 millions d'euros de bénéfices l'année dernière une taxe spéciale de 4,8 %, qui devrait durer deux ans.

Source : [Finextra](#)



Identité numérique et biométrie

Paypal adopte les Passkeys pour sécuriser les paiements en ligne

Sécurité des paiements – Etats-Unis – 03/11/2022

En septembre dernier, Apple annonçait intégrer la possibilité de générer des "Passkeys" avec ses différents devices ; à savoir des clés cryptographiques permettant de se connecter de manière plus sécurisée à ses différents comptes personnels. Aujourd'hui, PayPal annonce permettre aux clients d'Apple d'utiliser ces Passkeys pour se connecter à leur compte PayPal et authentifier des transactions.

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.
- Les clés d'accès ont pour objectifs de remplacer les mots de passe et de permettre aux utilisateurs de se connecter sur tous types d'appareils et plates-formes.
- Elles ne sont disponibles pour le moment que sur iPhone, iPad et iMac sur Paypal.com, pour les clients américains. Le lancement dans d'autres pays est prévu pour début 2023. Google est aussi en train de travailler à l'émission de Passkeys pour les terminaux Android.
- Dès que les clients de PayPal se connectent avec leur identifiant ou avec l'authentification biométrique (Apple Face ID ou Touch ID) pour rentrer sur l'application Paypal, deux clés d'accès cryptographiques sont automatiquement générées ; l'une est rendue accessible au site et l'autre est stockée sur le device personnel de l'utilisateur. C'est la comparaison à la volée de ces deux clés qui permet l'authentification. Une fois ces clés créées, les clients n'auront plus besoin d'utiliser ou de gérer un mot de passe pour se connecter sur PayPal.
- Si les utilisateurs n'ont pas d'appareils compatibles, ils peuvent se connecter sur leur espace PayPal et scanner un QR code pour générer leurs clés d'accès.

ENJEUX

- **Se trouver à l'avant-garde de la sécurisation des transactions en adoptant la nouvelle norme de l'Alliance FIDO :** les clés d'accès Passkeys sont le fruit d'une nouvelle norme industrielle créée par FIDO et le World Wide Web Consortium, destinée à remplacer les mots de passe, considérés comme beaucoup trop vulnérables. Ils sont ici remplacés par des paires de clés cryptographiques. Cette initiative est le résultat du travail conjoint d'Apple, Microsoft et Google avec l'alliance FIDO.
- **Renforcer la sécurité des informations de paiements des clients dans un contexte tendu :** en 2017, c'est environ 2,6 milliards de données qui ont été piratées selon le Verizon Data Breach Investigation Report de 2018 ; 81 % de ces piratages étaient dus à des vols de mots de passe. En outre, de nombreux consommateurs réutilisent les mêmes mots de passe pour différents services en ligne, ce qui permet aux pirates d'accéder à davantage d'informations et rend l'utilisation des mots de passe encore plus dangereuse.

- **Augmenter le taux de conversion des e-commerçants** : selon une étude de 2020 commanditée par iProov, 44% des consommateurs américains auraient déjà abandonné un achat en ligne car ils avaient oublié leur mot de passe. Dans ce contexte, les Passkeys apparaissent comme une solution pour sécuriser les transactions tout en n'alourdissant pas le processus d'authentification pour le client final.

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.
- Les acteurs du paiement ont un rôle-clé dans la création de parcours d'achat sans friction. L'expérience de paiement peut être un vecteur incitatif pour augmenter les ventes sur le secteur du e-commerce. Plusieurs initiatives ont vu le jour pour accélérer ce processus de paiement, notamment [la création d'Amazon Pay](#), de [Paypal Checkout Express](#) ou encore il y a peu de la solution [Revolut Pay](#).
- Pour rappel, PayPal a aussi récemment annoncé qu'il allait intégrer [le programme Honey Rewards dans Paypal Rewards](#).

Source : [Communiqué de presse](#)

