



Les faits marquants du mois

PAIEMENT CASH – Un sujet très politique

- **FRANCE** – Crédit Mutuel, BNP Paribas et Société Générale dévoilent leur nouvelle marque commune de distributeurs de billets
- **SUISSE** – Une initiative populaire veut constitutionnaliser l'argent liquide
- **ITALIE** – Italie : Giorgia Meloni veut mettre un coup d'arrêt à l'ère des paiements numériques

Malgré les indicateurs post-covid, qui annoncent une croissance du paiement mobile et la baisse de fréquentation des distributeurs, la fin annoncée du cash ne sera pas une réalité. Elle reste un sujet très politique. Le projet de mutualisation des DAB de BNP Paribas, Société Générale et Crédit Mutuel-CIC concerne principalement les zones urbaines où ces enseignes cohabitent. Il ne devrait donc pas y avoir d'automate fermé dans les zones rurales et isolées. Si les retraits d'espèces diminuent, l'accès au cash demeure un besoin prégnant en France. D'après une étude de la Banque centrale européenne (BCE), les paiements en espèces représentaient encore 50 % des transactions en magasin en 2022. Face à ces chiffres, les autorités veillent à ce que les DAB continuent d'exister sur le territoire national, surtout en campagne. En Suisse, une initiative populaire a été lancée dans le but de garantir l'accès à l'argent liquide, qui peut être considéré comme un bien commun, et parce qu'il garantit de manière décisive les droits fondamentaux et les libertés, doit être protégé par la loi. Et en Italie, la première ministre Giorgia Meloni, veut remonter le plafond des transactions payables en espèces, pour assurer la survivance du paiement liquide face au paiement numérique, qu'elle voit comme un « cadeau illégitime fait aux banques et une taxe cachée sur les petites entreprises et les foyers.

IDENTITE NUMERIQUE – Les acteurs de la tech en embuscade

- **CHINE** – Huawei teste une carte d'assurance médicale virtuelle avec son portefeuille numérique
- **ETATS-UNIS** – Meta ajoute à son tour l'authentification avec Meta Verified
- **FRANCE** – L'application carte d'identité numérique probablement retardée à cause d'un bug d'Apple

Le portefeuille d'identité numérique européen devrait être déployé prochainement. Il permettra aux entreprises d'avoir un meilleur contrôle sur les données qu'elles partagent. Côté grand public, le portefeuille européen d'identité numérique permettra de stocker des documents d'identité tels que la carte d'identité numérique (e-CNI) via l'application France Identité, qui devrait voir son lancement retardé par un bug lié aux appareils Apple. De leur côté, les entreprises de la tech avancent également avec de nouveaux cas d'usage, à l'image du chinois Huawei qui teste une carte d'assurance médicale virtuelle avec son portefeuille numérique. Ou Meta, l'entreprise américaine suit Twitter dans sa démarche de certification des comptes. Meta Verified promet de mieux protéger les usagers des plateformes du groupe Meta contre le risque d'usurpation d'identité grâce à une surveillance proactive. La stratégie à long terme de Meta, notamment en rapport avec ses initiatives liées aux technologies immersives du "métavers", intrinsèquement lié à la gestion d'identité. Au-delà de ce pari technologique, les différents projets gouvernementaux de régulation de l'identité en ligne (en France et ailleurs) sont peut-être aussi perçus comme des opportunités par l'entreprise.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
SERVICES MOBILES	5
PhonePe lève 100 millions de dollars pour une valorisation de 12 milliards de dollars	5
PAIEMENT B2B	7
Qonto ajoute le financement à son modèle de "bank-as-a-platform"	7
EasyBill et SmartPay simplifient le paiement des factures	9
PAIEMENTS INTEGRES - PAAS	11
Mastercard et Xsolla veulent fluidifier l'expérience de paiement pour les gamers	11
GoCardless intègre l'accès à son réseau de paiement international	13
PAIEMENT FRACTIONNE	15
Raylo propose de la location on-demand	15
Westpac offre plus de flexibilité à ses clients avec PartPay	17
Zopa acquiert la société de BNPL DivideBuy	19
Fintecture s'appuie sur Allianz Trade pour sa solution de paiement différé B2B	21
E-COMMERCE, E-PAIEMENT	23
Paypal s'invite sur Bold Commerce	23
Ticketchainer propose une solution innovante de billetterie sportive	25
ESPECES, DAB/GAB	27
Crédit Mutuel, BNP Paribas et Société Générale dévoilent leur nouvelle marque commune de distributeurs de billets	27
OPEN PAYMENT ET SERVICES DE MOBILITE	29
Lloyds investit dans une super-app automobile	29
L'application SNCF Connect s'ouvre aux réseaux de transport en agglomération	31
FREENOW lance une carte prépayée dédiée à la mobilité	33
STRATEGIE D'ACTEURS	35
Retour d'expérience : Adyen à la croisée des chemins	35
Retour d'expérience: Fidor ferme ses portes, bilan de l'aventure de BPCE avec un pionnier de la banque en ligne	37
CRYPTOMONNAIES ET MDBC	39
En Inde, l'e-rupee bientôt acceptée dans les grands magasins	39
Cryptoactifs : l'encadrement se durcit	41
Ingenico et Binance nouent un partenariat pour tester le paiement en crypto en magasin	43
IDENTITE NUMERIQUE ET WALLET	45
Huawei teste une carte d'assurance médicale virtuelle avec son portefeuille numérique	45
Meta ajoute à son tour l'authentification avec Meta Verified	47
GREEN BANKING	49
Memo Bank permet à ses clients de mesurer leur empreinte carbone	49

En bref

- **ETATS-UNIS** – Apple a annoncé que sa solution Buy Now, Pay Later (BNPL) est en phase de test bêta parmi les employés d'Apple et devrait bientôt être disponible au public aux États-Unis. L'attente initiale était que la fonctionnalité soit introduite fin 2022, mais cela a été retardé, notamment du fait de contraintes réglementaires liées aux exigences différentes selon les états aux US. Le PDG d'Apple, Tim Cook, a maintenant confirmé que le mode de paiement Apple Pay Later devrait être « bientôt lancé ». Comme détaillé dans l'annonce, le PDG d'Apple n'a pas fourni de date précise pour le lancement, cependant, la société devrait publier iOS 16.4 et d'autres mises à jour logicielles au printemps, et la conviction est que les premières versions bêta du nouveau logiciel pourraient potentiellement être publiées dans les semaines à venir. La force de cette nouvelle offre de BNPL sera d'être nativement intégrée au sein d'Apple Pay, qui s'est positionné comme l'un des moyens de paiement privilégié des utilisateurs dans le monde entier. De l'autre côté, aux États-Unis, le CFPB, le bureau de protection des consommateurs, pousse pour un resserrement de la réglementation et suit de très près le développement de la nouvelle offre d'Apple. Il a même lancé une enquête sur les problèmes antitrust et de confidentialité d'Apple Pay Later.
- **BRESIL** – BrasDex fonctionne depuis environ un an et aurait enregistré au moins 1 000 contaminations dans le pays, avec des pertes de centaines de milliers de reais après des attaques impliquant le détournement de transferts d'argent et le vol d'identifiants bancaires. Le malware se faisant initialement passer pour des applications de paramètres Android et ciblant les applications bancaires brésiliennes. Dans certains cas, l'installation de virus se fait par le biais de messages texte. Les cybercriminels effectuent les escroqueries sur le système de manière à ce que la sécurité des appareils soit désactivée par le virus. Ainsi, les SMS sont consultés et les coordonnées bancaires des clients sont volées. Avec cela, les criminels effectuent des transactions au nom de l'utilisateur. La société italienne de cybersécurité Cleafy souligne que le virus agit sur les applications d'authentification et est capable de désactiver Google Play Protect.
- **INTERNATIONAL** – Moins de quatre ans après l'avoir acheté pour un montant record de 43 milliards de dollars, l'américain FIS veut se séparer du prestataire de services de paiement Worldpay. Il n'a pas réussi à intégrer les deux entités. Fidelity National Information Services, a acquis la société Worldpay en 2019 pour créer l'un des plus grands fournisseurs d'infrastructures financières sous-jacentes au secteur des paiements bancaires. Les actions de FIS, qui ont perdu plus de la moitié de leur valeur boursière depuis que la société a acheté Worldpay, en baisse de 12,5% à 66 dollars, ce qui lui donne une capitalisation boursière d'environ 39 milliards de dollars. FIS, qui a subi des pressions pour explorer des options stratégiques de la part des investisseurs activistes D.E. Shaw Group et Jana Partners, soulignant une décote importante du cours de son action par rapport à des pairs tels que Fiserv et Global Payments. Le président du conseil d'administration de FIS a ajouté que « le rythme de la disruption dans les paiements s'accélère rapidement, ce qui nécessite un investissement accru dans la croissance et une stratégie différente d'allocation du capital pour notre activité Merchant Solutions.
- **ETATS-UNIS** – La société de paiement PayPal a décidé d'interrompre ses travaux sur son stablecoin, alors que les régulateurs américains renforcent leur surveillance des crypto-monnaies et qu'un partenaire clé du projet, Paxos Trust Co, fait l'objet d'une enquête du département des services financiers de l'État de New York. La société Paxos a été obligée d'arrêter toute émission de BUSD à

compter du 21 février. Le projet de stablecoin a été annoncé l'année dernière. Le token devait être adossé au dollar américain. Le lancement du stablecoin devait avoir lieu dans les semaines à venir. Par ailleurs, un porte-parole de PayPal a expliqué : « Nous étudions la possibilité d'un stablecoin ; si et quand nous chercherons à aller de l'avant, nous travaillerons bien sûr en étroite collaboration avec les régulateurs concernés ». Ainsi, si le projet de token PayPal devait reprendre, le géant américain prendrait soin de collaborer avec les régulateurs.

- **ROYAUME-UNI** – La consultation de huit semaines, qui a débuté mardi 14 février et a été annoncée par le Trésor britannique, intervient deux ans après que le gouvernement a annoncé son intention de resserrer les règles relatives à l'utilisation des produits BNPL (Interest-Free Buy Now, Pay Later) et de les faire entrer dans le champ d'application de la réglementation de la Financial Conduct Authority (FCA). Les parties intéressées et les parties prenantes ont jusqu'au 11 avril pour fournir des commentaires sur le projet de loi publié parallèlement à la consultation, qui exigera que les prêteurs BNPL soient approuvés par la FCA et effectuent des contrôles d'abordabilité pour évaluer la capacité des consommateurs à contracter des prêts. Le ministère a déclaré que les consommateurs auront également le nouveau droit de déposer des plaintes auprès du Financial Ombudsman Service, ce que Jonathan Herbst, avocat chez Norton Rose Fulbright, a qualifié de changement fondamental d'approche pour le secteur. Les règles proposées font suite à des années de croissance exponentielle de BNPL au Royaume-Uni, les données officielles de la FCA montrant que l'utilisation du produit a presque quadruplé pour atteindre 2,7 milliards de livres sterling (environ 3,6 milliards de dollars) de transactions en 2020. La FCA a émis un avertissement aux entreprises BNPL contre les publicités trompeuses en août dernier, demandant aux acteurs de l'industrie de s'assurer que « les consommateurs, en particulier ceux qui se trouvent dans des circonstances vulnérables, disposent des bonnes informations au bon moment, afin qu'ils puissent prendre des décisions efficaces, opportunes et correctement informées ». En février 2022, le régulateur financier a demandé à quatre des plus grands prêteurs BNPL du pays – Clearpay, Klarna, Laybuy et Openpay – de modifier les conditions contractuelles potentiellement injustes et peu claires qui pourraient nuire aux consommateurs.

Services mobiles

PhonePe lève 100 millions de dollars pour une valorisation de 12 milliards de dollars

Stratégie d'acteur – Inde – 19/02/2022

La société indienne de paiements numériques PhonePe a levé 100 millions de dollars supplémentaires dans le cadre d'un cycle en cours. Un nouveau tour de table qui lui permet de lever 450 millions de dollars supplémentaires malgré le ralentissement du marché. Le géant indien de la fintech gonfle son trésor de guerre après la récente séparation de la société mère Flipkart.

LES FAITS

- Créée il y a moins de 7 ans, Phone Pe a atteint une valorisation de 12 milliards de dollars.
- Il est en concurrence avec Google Pay et Paytm qui est actuellement évalué à moins de 5 milliards de dollars.
- Son dernier tour de table rallie Ribbit Capital, Tiger Global et TVS Capital, qui ont injecté les nouveaux 100 millions de dollars dans la startup.
- PhonePe, soutenu par Walmart, a déclaré précédemment qu'il prévoyait de lever jusqu'à 1 milliard de dollars dans le cadre du cycle de financement en cours.
- Il est le leader incontesté du marché des paiements mobiles sur UPI avec environ 50% de toutes ces transactions. UPI est devenu le moyen le plus populaire pour les Indiens d'effectuer des transactions en ligne et traite plus de 8 milliards de transactions par mois.
- La société prévoit un chiffre d'affaires de 325 millions de dollars pour l'année civile 2022 et de 504 millions de dollars pour 2023.

ENJEUX

- **L'élargissement de son modèle vers la distribution de produits bancaires...**: PhonePe devient également lentement un moteur de distribution, tirant parti de la vaste base de 300 millions d'utilisateurs pour vendre des produits tels que l'assurance. Les experts de l'industrie estiment que la fin du jeu de PhonePe pourrait être de devenir une banque, ce qui, selon eux, justifie la valorisation élevée.
- **... ainsi que les transferts internationaux** : La fintech a annoncé mardi qu'elle étendait la prise en charge des paiements internationaux UPI aux Émirats arabes unis, à Singapour, à Maurice, au Népal et au Bhoutan. « Les utilisateurs pourront effectuer des paiements en devises étrangères directement à partir de leur banque indienne - tout comme ils le font avec les cartes de débit internationales », a déclaré PhonePe dans un communiqué. Cette décision semble être la tentative de PhonePe de s'étendre sur le marché des changes, un domaine particulièrement attractif pour la fintech.

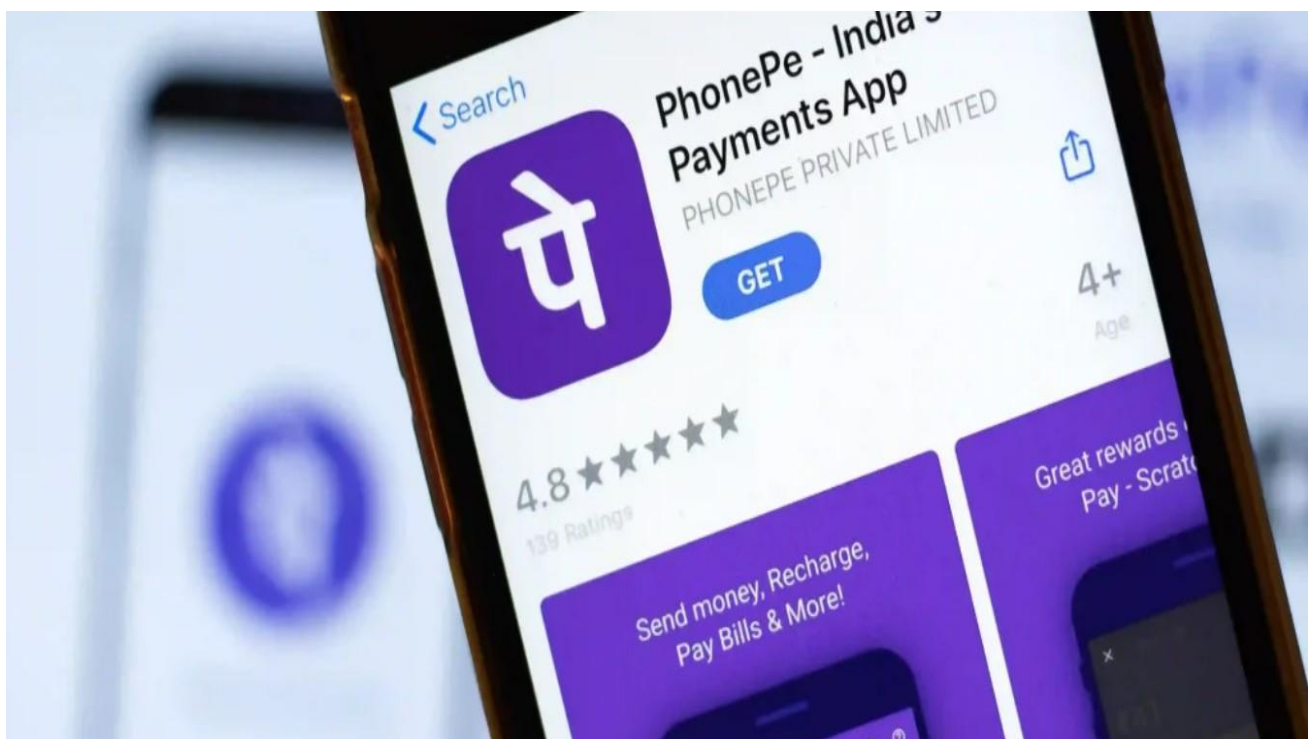
MISE EN PERSPECTIVE

- Lancé en 2016, UPI est le système indien de paiement en temps réel qui permet aux utilisateurs de transférer de l'argent directement d'un compte bancaire à un autre : d'un client à une entreprise, ou

entre particuliers. UPI compte aujourd'hui 260 millions d'utilisateurs dans le pays aux 1,4 milliard d'habitants.

- Conçue comme une « infrastructure publique numérique » sous l'autorité de la National Payments Corporation of India (NPCI), UPI intègre plus de 300 banques auxquelles sont venues se greffer plus d'une soixantaine d'applications mobiles comme Google Pay, Amazon Pay, mais aussi les très populaires indiennes Paytm et PhonePe.
- Au cours des derniers mois, l'Inde a multiplié les accords avec des partenaires étrangers. Une trentaine de pays ont déjà exprimé leur intérêt pour UPI.
- Le dernier partenariat en date a été passé le 11 octobre 2022 avec Worldline. L'objectif est de faciliter l'acceptation d'UPI et de RuPay en Europe. Parmi les marchés cibles se trouvent la Belgique, les Pays-Bas et la Suisse. Des collaborations similaires ont été mises en place au Royaume-Uni, aux Emirats arabes unis, mais aussi en France avec le réseau de paiement Lyra. Le paiement par UPI ne devrait néanmoins pas être disponible en France avant le premier trimestre 2023.
- L'Inde a aussi pour ambition d'exporter l'ensemble de son architecture numérique, appelée « India Stack ». Celle-ci comprend le système de paiement mobile UPI et une identification numérique des résidents, connue sous le nom de « Aadhaar » (« fondation », en hindi).
- En multipliant les partenariats internationaux, UPI pourrait devenir une solution de recharge au réseau interbancaire Swift, qui détient le monopole des moyens de communication bancaires.

Source : [Techcrunch](#)



Paieement B2B

Qonto ajoute le financement à son modèle de "bank-as-a-platform"

Financements – France – 02/02/2022

L'objectif de cette nouvelle offre est de proposer aux clients de Qonto en situation financière difficile un financement grâce aux partenaires de Qonto, directement intégrés au sein de son application. Qonto veut se positionner comme une véritable plateforme de services, dont le financement est la pierre angulaire.

LES FAITS

- Qonto annonce le lancement d'une offre complète de financements au sein de son application. Elle offre aux clients un accès direct à une gamme d'offres financières adaptées aux besoins des PME, par le biais de différents partenaires : October, Defacto, Silvr et Karmen.
- Qonto fournit aux partenaires sélectionnés une autorisation sécurisée d'accéder aux informations du compte du client afin qu'ils puissent traiter directement et rapidement sa demande de financement : si la demande est approuvée, les fonds apparaissent directement sur le compte Qonto.
- Différentes offres de financement sont proposées, avec des montants et des modalités de remboursement flexibles :
- Types de financement : prêts ; financements à court terme et revenue-based financing ;
 - Montant : de 500 euros à 20 millions d'euros ;
 - Délais de remboursement : maximum 2 mois ;

ENJEUX

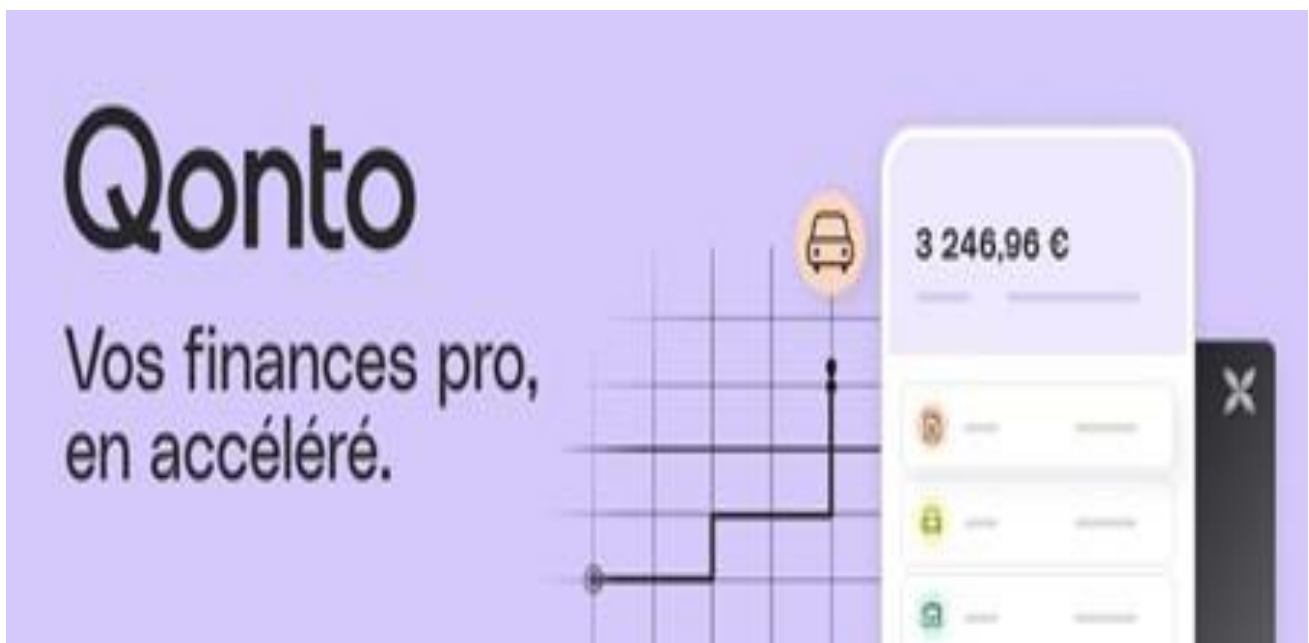
- **Se positionner comme une « Bank-as-a-platorm »** : le lancement de cette nouvelle offre montre la volonté de Qonto de fédérer toutes les briques technologiques (API) pour être un lieu central de gestion de tous les sujets liés aux finances des PME européennes. Le financement manquait à ce dispositif que Qonto contribue à bâtir depuis sa naissance, via nombre de partenariats. L'enrichissement avec ces quatre partenaires vient combler ce vide.
- **Aider les entreprises dans un contexte économique difficile.** Le début d'année 2023 s'est avéré particulièrement difficile pour les PME : inflation, pression salariale, hausse du coût de l'énergie. Avec ce lancement, la société répond à la demande croissante en besoins de financement de ses clients pour les aider à gérer leur trésorerie.
- **Simplifier les démarches et faire gagner du temps aux entreprises,** grâce au transfert des informations du compte aux partenaires de Qonto. Les clients gagnent du temps dans le parcours de souscription digitalisée du financement.

MISE EN PERSPECTIVE

- Pour se positionner comme Bank-as-a-platform, Qonto utilise l'open banking pour intégrer les technologies de ses partenaires à sa propre interface, afin de construire une offre modulaire autour des problématiques et enjeux des finances des entreprises. Qonto noue des partenariats, ou [à recours à la croissance externe, avec par exemple le rachat de Penta](#).

- Les crédits embarqués aux PME se sont beaucoup développés, en particulier dans le secteur du commerce électronique. La plateforme e-commerce [Prestashop a annoncé son offre de financement en janvier en partenariat avec Riverbank](#), et [PayPal s'est lancé en France en mai 2022 avec une offre de financement basée sur les revenus](#). Cela permet aux PME de mener à bien leurs démarches sans quitter leur environnement d'exploitation, leur promettant un processus plus rapide et moins de travail administratif.
- Un marché BtoB florissant après l'arrivée d'une véritable grappe d'innovation sur le marché B2C, les technologies et l'expérience client sans couture vers le marché B2B est donc, une suite logique.

Source : [Site officiel](#)



EasyBill et SmartPay simplifient le paiement des factures

Virements – Roumanie – 21/02/2022

La startup Smart Fintech annonce l'intégration de la solution SmartPay avec EasyBill, la plateforme de facturation en ligne, de gestion automatique des stocks et de gestion documentaire. SmartPay est le premier service de paiement local en ligne de compte à compte autorisé par la Banque nationale de Roumanie.

LES FAITS

- Ce partenariat offrira aux plus de 45 000 utilisateurs d'EasyBill la possibilité d'émettre des factures qui peuvent être payées numériquement.
- Les clients peuvent initier le paiement en un seul clic, sans avoir à saisir les détails de leur carte, à partir de la facture en ligne, et SmartPay les dirigera vers la banque, où ils pourront autoriser le paiement.
- Dans le même temps, les fournisseurs, les utilisateurs d'EasyBill, fourniront des paiements sécurisés car ils n'auront pas accès ou la possibilité de stocker des données de paiement confidentielles.
- Un autre avantage est que les clients EasyBill recevront leur argent directement sur leurs comptes bancaires instantanément ou dans les 24 heures.
- Les utilisateurs d'EasyBill peuvent consulter les informations bancaires relatives aux reçus et aux paiements l'accès aux transactions bancaires et aux soldes directement dans la plate-forme, l'automatisation étant également réalisée grâce à la technologie Open Banking.

ENJEUX

- **Une technologie simple et fiable** : un rapprochement facile et de faibles coûts de recouvrement par rapport aux frais de paiement par carte. Ce moyen de paiement permet également d'éviter les erreurs qui peuvent survenir lors de l'initiation des paiements.
- **Un service intégré de bout-en-bout** : l'intégration de SmartPay avec EasyBill fournira aux utilisateurs des services complets et numérisés, éliminant les opérations manuelles, tout en bénéficiant d'une sécurité maximale de leur banque et d'opérations plus rapides.

MISE EN PERSPECTIVE

- La numérisation des paiements en ligne de compte à compte, tant pour l'acceptation des paiements que pour l'initiation, se développe à mesure que les fournisseurs d'applications Web ou mobiles envisagent de simplifier les paiements pour leurs utilisateurs. A plateformisation de l'e-commerce joue également un rôle important dans ce phénomène. Les marketplaces enregistrent aujourd'hui à elles seules 62% des ventes e-commerce au niveau mondial, alors qu'elles n'étaient que de 10% en 2008. La tendance est similaire pour la France où le poids des marketplaces est passé de 8% du chiffre d'affaires en 2012 à 32% en 2020.
- En Europe, Le déploiement de l'obligation de facturation électronique se fera progressivement, en tenant compte de la taille des entreprises. Il faut savoir que la facture électronique, au sens de cette réforme, n'est pas une simple facture dématérialisée. Elle répond à un format bien spécifique, normé et nécessitant de transiter par un portail certifié par l'Etat, d'où la nécessité de s'équiper d'une solution déjà compatible, comme celle de [Libeo qui vient tout récemment de nouer un partenariat avec BNP Paribas](#) pour gérer la dématérialisation des factures de ses clients.

Source : [The Paypers](#)



Paiements intégrés - PaaS

Mastercard et Xsolla veulent fluidifier l'expérience de paiement pour les gamers

Jeux video – Etats-Unis – 13/02/2022

Mastercard et la société de commerce de jeux vidéo Xsolla se sont associées pour collaborer sur les paiements pour les joueurs. Les deux sociétés ont déclaré qu'ils souhaitaient créer des paiements fluides, sécurisés et gratifiants pour les joueurs afin d'offrir des expériences de paiement améliorées utilisant des points de fidélité liés aux paiements par carte, des cadeaux, bonus à l'intérieur du jeu, ainsi que des processus de paiement améliorés pour les créateurs.

LES FAITS

- Mastercard et Xsolla travailleront ensemble pour permettre des solutions et des services innovants basés sur des cartes et des comptes afin d'améliorer les expériences numériques dans les paiements et au-delà pour les joueurs.
- Pour lancer ce partenariat révolutionnaire, pour la première fois, les titulaires de cartes Mastercard pourront utiliser Pay with Points pour échanger de manière transparente leurs points de fidélité contre des achats dans le jeu – cette solution sera intégrée au produit Pay Station de Xsolla.
- Les joueurs auront la possibilité d'échanger des points de fidélité auprès des partenaires participants de Mastercard contre des achats dans le jeu plus tard cette année.
- Xsolla et Mastercard présenteront la solution Pay with Points lors de la Game Developers Conference 2023 à San Francisco du 21 au 24 mars 2023.

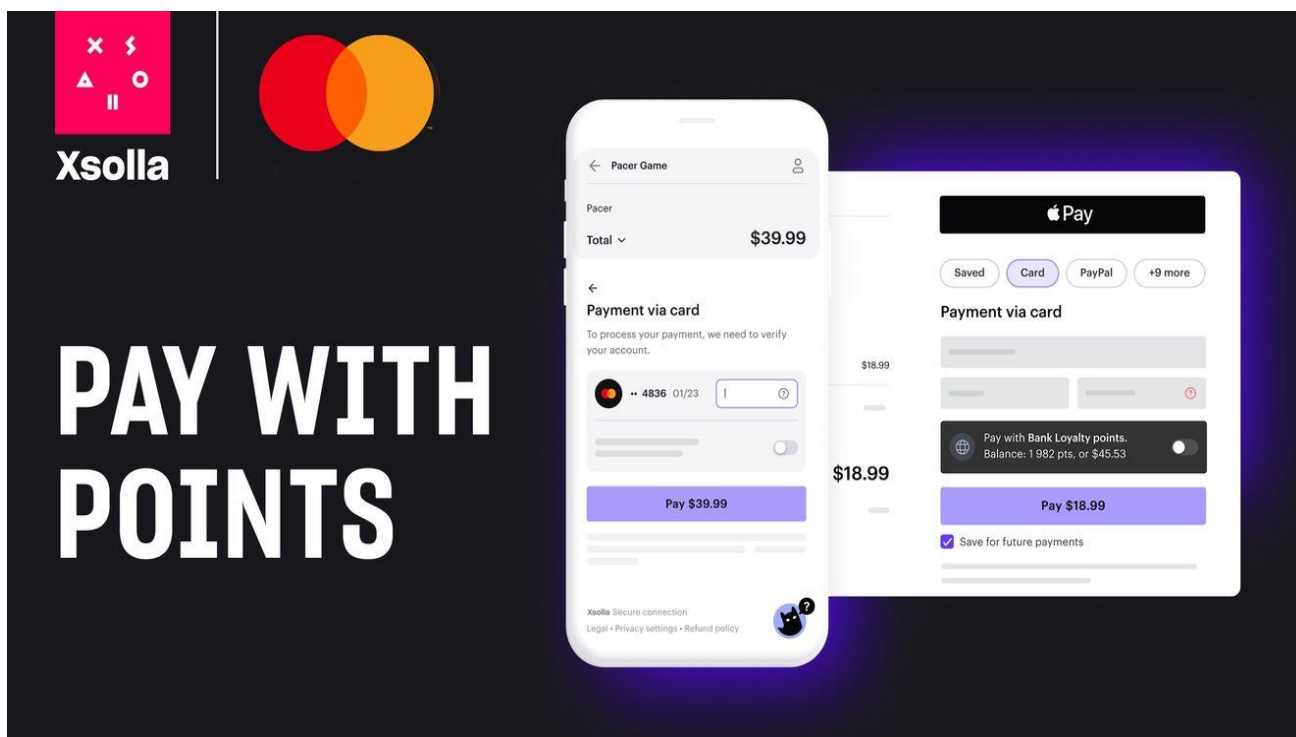
ENJEUX

- **Les jeux un écosystème d'innovation** : avec près de 3,2 milliards de joueurs, l'industrie du jeu vidéo attire de nombreux acteurs économiques et offre de nombreuses perspectives pour les acteurs du paiement. Il existe de plusieurs modèles de monétisation que les développeurs et les éditeurs utilisent pour augmenter leurs bénéfices : Le paiement par téléchargement (premium), les licences DRM, le Free2Play (freemium) et la monétisation des jeux in-app qui permet d'accéder au jeu ou aux utilisateurs d'acheter des biens numériques complémentaires. En combinant la solution de paiement de Xsolla avec les capacités de fidélisation, les solutions cybernétiques et la technologie de paiement par carte et par compte de Mastercard, les deux acteurs veulent s'imposer comme un acteur important sur un marché encore assez fragmenté.
- **Fluidifier et sécuriser les paiements** : Les deux impératifs que cristallisent les paiements dans l'industrie des jeux vidéo sont de les fluidifier pour permettre notamment des micropaiements qui viennent s'insérer comme faisant partie du jeu lui-même. L'autre, étant de les sécuriser. D'une part, parce que les jeux vidéo touchent plus majoritairement des jeunes, plus sensibles aux tentatives de fraudes. Notamment en utilisant les capacités d'authentification et de détection des fraudes de Mastercard pour donner aux parents le contrôle avant que leur enfant ne fasse des achats dans le jeu. Et d'autre part, parce que ces paiements sont réalisés essentiellement en ligne et que dans ce cadre, les éditeurs de jeux vidéo sont une cible très attractive pour les fraudeurs et le vol de données sensibles.

MISE EN PERSPECTIVE

- Dans son dernier baromètre BPCE affiche une progression de 43% des dépenses dans les jeux vidéo avec un ratio de 99% réalisé via des paiements en ligne. Et dans [une étude récente Visa](#), pointe l'importance d'une expérience intégrée du paiement pour ne pas rompre l'expérience ludique du joueur.
- Les jeux ne sont d'ailleurs pas les seuls à investiguer le sujet des micro-paiements. Les plateformes de réseaux sociaux y recourent également pour permettre la rémunération des contenus et des créateurs de contenu.
- Discord est une plateforme de communication en ligne utilisée par des millions d'utilisateurs à travers le monde. Discord a récemment ajouté un nouveau mode de paiement appelé micropaiement. Ce mode de paiement est conçu pour vous permettre de payer des petites sommes d'argent pour des fonctionnalités supplémentaires sur Discord.
- Le changement le plus emblématique étant celui du réseau social Twitter. Dans le cadre de sa transformation de Twitter, Elon Musk souhaite que la plateforme se dote d'une fonctionnalité de paiement. Le réseau de microblogging a lancé le processus pour obtenir les licences réglementaires nécessaires aux États-Unis.

Source : [Communiqué de presse](#)



GoCardless intègre l'accès à son réseau de paiement international

Virements bancaires – International – 09/02/2022

Après [verified mandates](#), la fintech [GoCardless](#), un leader dans le domaine des solutions de paiement de compte à compte, poursuit dans le banking-as-a-Service et lance [GoCardless Embed](#), une nouvelle intégration permettant aux prestataires de services de paiement (PSP) tiers d'accéder à son réseau mondial de paiements bancaires et de profiter des avantages des paiements de banque à banque.

LES FAITS

- GoCardless Embed est proposé en marque blanche et permet aux PSP d'intégrer le réseau mondial de paiement par virement de GoCardless directement dans leur plateforme par le biais d'une simple API qui donne accès :
 - aux systèmes de paiement bancaire du Royaume-Uni, de la zone euro et des États-Unis, ainsi qu'à d'autres à venir prochainement ;
 - à des capacités de traitement de bout en bout pour les paiements de banque à banque, y compris en termes de réconciliation, de gestion des mandats, de reporting et de remboursements ;
 - à des fonctionnalités d'open banking, comme les paiements instantanés - ponctuels ou récurrents - au Royaume-Uni, la vérification instantanée des comptes bancaires et la prévention contre la fraude sur les trois marchés.
- La fintech GoCardless, précurseur du mouvement d'open banking au Royaume-Uni, pousse les jeunes acteurs à l'utilisation du paiement de compte à compte pour diminuer les coûts, s'affranchir des limitations de montants et sécuriser les transactions.
- Elle compte parmi ces clients de nombreuses fintech et assurtech comme [Luko](#), Plum, [Klarna](#), [Pennylane](#) et bien d'autres.

ENJEUX

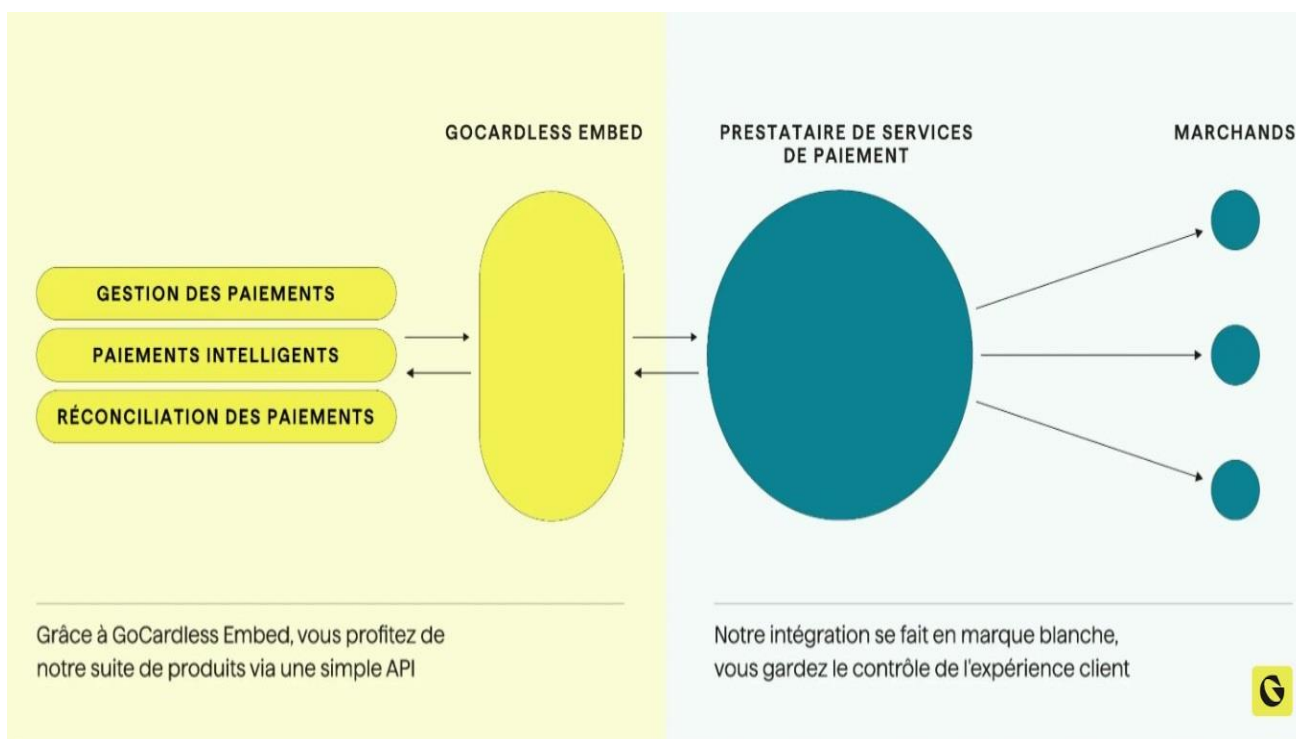
- **Les PSP peuvent utiliser GoCardless Embed pour s'aligner sur les préférences et attentes en matière de paiement des clients :**
 - Selon [une étude réalisée par YouGov pour GoCardless](#), en France, la facilité d'utilisation et la sécurité, permises par les paiements par virement bancaire, arrivent en tête de liste des attentes des consommateurs. 77 % des Français mettraient fin à leur achat en ligne si le processus s'avérait trop complexe. 40 % se sentent frustrés lorsqu'ils doivent saisir manuellement des informations lors d'un paiement en ligne. Enfin, 84 % déclarent que la protection de leur vie privée et de leurs données est un facteur déterminant dans le choix du mode de paiement à utiliser.
 - Quant aux entreprises tricolores, les paiements bancaires ont leur préférence : toujours selon cette étude, six entreprises interrogées sur dix (62%) choisissent ce mode de paiement pour régler leurs factures ponctuelles.
- **Devenir un véritable schéma de paiement :** « *Notre plus grande réussite est d'avoir créé un réseau mondial de paiements bancaires, reliant des systèmes de paiement disparates en un seul réseau interopérable - un défi considéré jusqu'il y a peu comme inatteignable. Aujourd'hui, pour la première fois, nous avons créé un produit qui donne accès à notre réseau unique et nous nous réjouissons des*

perspectives que cette solution offre pour l'ensemble de la chaîne : les PSP, leurs clients commerçants et les consommateurs finaux. » déclare Alexandra Chiaramonti, VP & General Manager EMEA de GoCardless

MISE EN PERSPECTIVE

- L'économie de l'usage, vers laquelle de nombreuses entreprises en France et en Europe orientent de plus en plus leurs modèles d'affaires, comme Décathlon, [Pizza Del Arte](#) ou BMW. Cette tendance de fond apparaît ainsi dans l'étude récemment publiée par Wavestone qui indique que 27% des consommateurs, en France, ont déjà souscrit à un abonnement (premium ou fidélité) auprès d'une marque comme Amazon Prime, Fnac+, La Redoute & Moi. Ce taux atteint 34% chez les consommateurs de la catégorie CSP+.
- Sofacto, fournisseur français d'applications de gestion des abonnements et de facturation récurrente basé sur la technologie Salesforce, converge avec deux des fournisseurs leader européens dans le domaine de l'économie de l'usage, Billwerk et Reepay, afin de former Billwerk+. Ce trio, soutenu par les fonds d'investissement en capital de croissance PSG Equity, devient ainsi un acteur de référence en Europe.

Source : [Site officiel](#)



Païement fractionné

Raylo propose de la location on-demand

Abonnement – Royaume-Uni – 03/02/2022

Dans un contexte où la consommation a tendance à ralentir, Raylo propose des solutions de financement en s'appuyant sur l'économie de l'abonnement.

LES FAITS

- La société basée à Londres opère actuellement au Royaume-Uni. Elle vend des abonnements mensuels pour les téléphones, les tablettes et les ordinateurs portables.
- Pour l'instant, essentiellement concentrée sur les appareils technologiques, elle prévoit d'étendre sa gamme à d'autres produits comme les vélos électriques
- Sa technologie comprend une plate-forme basée sur l'IA pour évaluer le risque de chaque vente et un système d'encaissement « Raylo Pay » qui est intégré par les marchands tiers qui permet de transformer le financement de la vente en un programme d'abonnement.
- La start-up vient d'annoncer une nouvelle levée de fonds sous forme de dette de 110 millions de livres sterling fourni par NatWest et Quilam Capital. Depuis la mi-juin 2019, Raylo a levé plus de 150 millions de livres sterling.
- Raylo a vu sa base d'abonnés croître de plus de 100% d'une année sur l'autre et le nombre de commerçants participants a été multiplié par 10 au cours des 6 derniers mois pour atteindre une opportunité de chiffre d'affaire de 3 milliards de livres sterling par an.

ENJEUX

- **Un modèle pertinent dans la conjoncture actuelle** : Raylo prévoit une croissance indexée sur l'augmentation de l'inflation, qui incite davantage de consommateurs à reconsidérer leurs dépenses. Ce mode de financement peut être considéré comme une nouvelle catégorie de BNPL, en ce qu'elle offre plus d'abordabilité, mais elle offre également un meilleur engagement des clients et une plus grande réutilisation des produits.
- **Une perspective circulaire de l'économie** : Raylo a déclaré qu'elle avait obtenu le statut de « [B Corp](#) » – ce qui signifie qu'en tant que société à but lucratif, Raylo opère également en vue d'avoir « un impact positif matériel sur la société et l'environnement par le biais de leurs opérations, » tel que défini par l'organisation B Corp.

MISE EN PERSPECTIVE

- Un certain nombre d'autres acteurs gravitent dans le paysage de l'économie circulaire. Certains comme Grover (qui se concentre également sur les objets technologiques), BackMarket (avec une dimension réparation, remise à neuf) et Vinted (vêtements) ont pris de l'ampleur ces dernières années, avec beaucoup de financement, de grosses valorisations. D'autres, comme Lumoid, n'ont pas trouvé le bon créneau pour durer.

- L'économie des abonnements se porte bien, selon la recherche Telecoming, il y avait près de 50 millions d'abonnements actifs sur le marché français en 2021, et devrait croître de 15 % en glissement annuel pour atteindre 84 millions en 2025. Des acteurs spécialisés apparaissent donc sur ce créneau, comme [Papernest](#), Origame ou encore Ideel, pour concentrer tous les abonnements en un point.

Source : [Techcrunch](#)



Westpac offre plus de flexibilité à ses clients avec PartPay

Paiement fractionné – Etats-Unis – 22/02/2022

Westpac offrira bientôt aux clients par carte de crédit la possibilité de payer leurs achats en quatre versements, offrant ainsi un contrôle et une flexibilité accrues.

LES FAITS

- Les clients de cartes de crédit Westpac pourront lier leur carte de crédit existante à une nouvelle carte numérique PartPay
- Cette carte leur permettra de diviser leurs achats en un versement initial, avec trois autres versements bimensuels à suivre.
- En tant que fonctionnalité de carte de crédit, PartPay ne sera disponible que pour les clients qui ont déjà été approuvés pour une carte de crédit et utilisera la limite de carte approuvée existante du client.
- Caractéristiques de la carte :
 - Les achats sur la carte numérique PartPay doivent coûter 100 \$ ou plus.
 - PartPay est lié à un compte bancaire australien choisi par le client, où les paiements bimensuels seront automatiquement déduits.
 - Les clients recevront un rappel trois jours avant la date d'échéance du paiement automatique.
 - Aucuns frais de retard de paiement ne seront facturés en cas de non-paiement d'un versement.
 - Aucun intérêt ou frais n'est facturé pour utiliser PartPay, à l'exception des frais de transaction à l'étranger.

ENJEUX

- **Réintégrer le BNPL dans les usages classiques du crédit** : le recours à la facilité de paiement s'inscrit directement dans les conditions d'usage de la carte de crédit à laquelle elle est liée : le plafond en vigueur sur cette dernière prend en considération toutes les transactions de manière équivalente. D'autre part, les éventuels remboursements en défaut sont exempts de pénalités mais sont immédiatement transférés sur le solde classique, portant intérêts.
- **Le client, de son côté, bénéficiera également de cette intégration** : tous les avantages associés à sa carte de crédit – programmes de récompenses, assurances... – restent pleinement opérationnels avec PartPay. En revanche, contrairement au fonctionnement habituel de l'instrument historique, et pour plus de sérénité et de sécurité, les adeptes seront invités à fournir les coordonnées d'un compte courant (détenu dans n'importe quel établissement) sur lequel seront prélevées les sommes dues.

MISE EN PERSPECTIVE

- D'après une enquête de la Fédération bancaire française (FBF) et de l'Association française des sociétés financières (ASF), le taux de détention du crédit à la consommation est à son plus faible niveau depuis près de 35 ans
- Le succès du BNPL a rogné les marges de acteurs traditionnels, mais la baisse des financements, conjuguée avec la hausse des taux et la probable régulation du secteur a pesé sur leur croissance.

Aujourd'hui, des acteurs proposent de nouvelles formules comme le [BNPL en marque blanche](#) qui permet aux banques de conserver l'intermédiation.

- La réglementation pourrait également rebattre les cartes du marché, en faveur des acteurs plus traditionnels du crédit, qui ont accès au fichier des incidents de paiement et sont déjà régulés.

Source : [Site officiel](#)

WESTPAC PARTPAY IS ON ITS WAY.

Soon you'll be able to split your purchases through your Westpac credit card account - with PartPay.

Zopa acquiert la société de BNPL DivideBuy

Paiement fractionné – Royaume-Uni – 24/02/2022

La fintech spécialisée dans le prêt aux entreprises signe sa toute première acquisition faisant suite à une levée de fonds de 75 millions de livres sterling, avec cette fintech britannique spécialisée dans le BNPL, en point de vente (POS), pour les particuliers.

LES FAITS

- DivideBuy permet aux commerçants d'offrir à leurs clients des options de paiement sans intérêt pour des achats plus importants entre 250 £ et 30 000 £.
- Les acheteurs peuvent répartir le coût de leurs achats sur une période de 2 à 12 mois et compte plus de 400 partenariats avec des marchands britanniques.
- Zopa inaugure l'ère du BNPL 2.0, une évolution marquée par l'imminence de la régulation :
 - Offrir un crédit abordable en effectuant des vérifications de crédit et des évaluations de la santé financière pour tous les clients
 - Partager des données avec les agences de notation de crédit (ANC) pour donner aux autres prêteurs une image complète de la situation d'endettement des clients
 - Aider les clients à mieux consolider, structurer et rembourser leur dette grâce à ses outils inclusifs
 - Permettre aux utilisateurs de créer leurs profils de crédit et d'améliorer leur situation financière.
- Zopa a également déclaré qu'il s'attendait à atteindre une rentabilité annuelle cette année et envisageait une éventuelle cotation à Londres.

ENJEUX

- **Profiter d'un marché porteur** : L'intégration de DivideBuy devrait augmenter le chiffre d'affaires de Zopa d'au moins 20% au cours des prochaines années. L'industrie des paiements BNPL au Royaume-Uni a enregistré une forte croissance au cours des quatre derniers trimestres, soutenue par une pénétration accrue du commerce électronique. Les paiements de BNPL devraient augmenter de 20,1 % sur une base annuelle pour atteindre 32,8 milliards de dollars en 2023.
- **Saisir l'opportunité offerte par la réglementation** : DivideBuy et d'autres services BNPL opérant au Royaume-Uni devraient faire face à [une réglementation accrue de la Financial Conduct Authority](#), avec un projet de loi sur l'industrie BNPL publié par le gouvernement cette semaine. Notre offre BNPL 2.0 combinera la technologie et l'innovation fintech pour permettre des décisions instantanées et des parcours de consommation entièrement intégrés avec la protection des consommateurs, les vérifications de crédit et les garanties d'une banque réglementée.

MISE EN PERSPECTIVE

- Zopa a commencé sa vie en tant que prêteur peer-to-peer avant de devenir une banque numérique. Zopa Bank a annoncé avoir atteint son seuil de rentabilité 21 mois après l'obtention de sa licence bancaire (à l'été 2020) et le lancement effectif de ses activités. La FinTech est parvenue à prêter plus de 6 milliards de livres sterling via ses prêts peer-to-peer depuis 2005. Sa diversification vers l'[épargne](#) et la [banque au quotidien](#) lui a, quant à elle, permis de capitaliser 1 milliard de livres sterling en dépôts.

- Au Royaume-Uni, les prêts de type BNPL sont proposés par un nombre croissant de fintech – Klarna étant l’une des plus importantes – La consultation de huit semaines, qui a débuté mardi 14 février, ayant pour but d’encadrer les acteurs de ce marché, intervient deux ans après que le gouvernement a annoncé son intention de resserrer les règles relatives à l’utilisation des produits BNPL et de les faire entrer dans le champ d’application de la réglementation de la Financial Conduct Authority (FCA). Certains acteurs comme Klarna ont commencé à coopérer avec le régulateur. D’autres comme DivideBuy, profiteront de partenariats ou de rachats pour surmonter cette nouvelle épreuve.

Source : [Site web](#)



Fintecture s'appuie sur Allianz Trade pour sa solution de paiement différé B2B

Paiement fractionné – France – 28/02/2022

Allianz Trade signe avec Fintecture son troisième partenariat stratégique dans le domaine du BNPL B2B. Grâce à ce partenariat, Fintecture proposera aux vendeurs B2B français une solution digitale et automatisée de délais de paiement garantis, utilisable dans tous les contextes d'achat, en ligne comme hors ligne. Cette solution permet aux vendeurs B2B de développer leurs ventes grâce à l'octroi de paiements différés à leurs clients, sans exposer leur trésorerie au risque d'impayés.

LES FAITS

- Concrètement, les vendeurs peuvent ajouter une option « payer plus tard » lors du paiement en ligne, ou offrir des conditions de paiement flexibles à leurs clients B2B en leur envoyant un lien de paiement par e-mail, ou en leur fournissant un QR code à scanner en magasin.
- L'acheteur accède, via ce lien, à un terminal digital de paiement, et peut bénéficier instantanément d'un délai de paiement.
- Allianz Trade intervient sur le volet de l'assurance-crédit et apporte à Fintecture sa vision dynamique et prospective de la santé financière de plus de 80 millions d'entreprises dans le monde.
- Fintecture déploie ses solutions auprès de 400.000 payeurs, principalement des grandes entreprises et acteurs du e-commerce.

ENJEUX

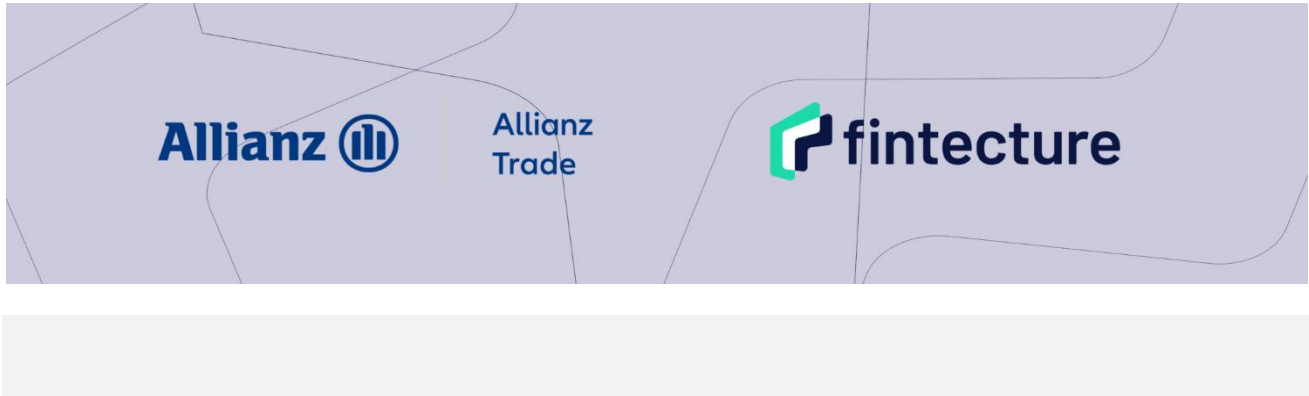
- **Améliorer la santé financière des entreprises** : Selon Allianz Trade, les défaillances d'entreprises devraient croître de +40% en 2023 en France. Elles devraient ainsi dépasser leur niveau pré-Covid de +3%, et se rapprocher du seuil des 60 000 cas. L'enjeu pour les vendeurs B2B est donc d'offrir des délais de paiement à leurs acheteurs, sans exposer leur trésorerie au risque d'impayés.
- **Faire de l'instantanéité un standard** : Les acheteurs B2B peuvent bénéficier instantanément de délais de paiement, car la solution s'appuie sur des décisions de crédit effectuées en temps réel par Allianz Trade. L'assurance-crédit d'Allianz Trade est intégrée à un parcours de paiement automatisé et sans interruption, offre une confirmation instantanée de l'éligibilité de l'acheteur au délai de paiement et une programmation simple du paiement à la date d'échéance. En cas d'impayé, Fintecture orchestre le processus de relances, avant de passer la main à Allianz Trade qui gère le recouvrement et l'indemnisation.
- **Etendre son périmètre de distribution** : Pour Allianz, l'objectif de ce partenariat avec des acteurs du paiement et du BNPL est d'ouvrir de nouveaux canaux de distribution, notamment pour atteindre les PME et TPE pour lesquelles l'assurance-crédit reste difficile d'accès, pour des raisons de rentabilité et de complexité

MISE EN PERSPECTIVE

- Le paiement différé des entreprises est un segment de marché qui connaît une forte croissance du fait de la situation économique qui se resserre. Sur ce segment un acteur, Allianz Trade se fait de plus en plus remarquer, car il a noué une série de partenariats [avec Pledg](#) en septembre dernier, puis [avec la banque espagnole Santander et la fintech norvégienne Two](#) en début d'année.

- Ce rapprochement entre Allianz Trade et Fintecture n'est pas complètement nouveau puisqu'en mai dernier, Sophie Marot-Rémy, alors Chief Digital Officer chez Allianz Trade rejoignait la fintech française.
- Fintecture, qui annonçait une levée de fonds de 26 millions d'euros [en novembre dernier](#) avec pour objectif de développer sa plateforme de paiement multifacettes dédiée aux entreprises, continue à enrichir son offre avec de nouveaux partenariats.

Source : [Communiqué de presse](#)



E-commerce, E-Paiement

Paypal s'invite sur Bold Commerce

E-commerce – Etats-Unis – 01/02/2022

[PayPal](#) propose une nouvelle intégration avec la société de technologie de commerce électronique Bold Commerce.

LES FAITS

- La suite d'outils de Bold Commerce est une infrastructure dédiée aux petits commerçants désirant proposer à leurs clients une expérience e-commerce unifiée sur les différents canaux de vente.
- L'entreprise de technologie de commerce électronique, présente à Austin et à Winnipeg, travaille actuellement avec plus de 90 000 marques dans plus de 170 pays.
- Sa solution comprend :
 - des options de paiement;
 - une solution de gestion des abonnements;
 - des règles de prix pour les détaillants ciblant plusieurs plates-formes de vente en ligne;
 - et la vente directe aux consommateurs, permettant aux commerçants d'effectuer des transactions avec les clients partout où ils interagissent avec la marque.
- La collaboration entre PayPal et Bold Commerce permet aux commerçants :
 - d'accéder à une solution unique et pré-intégrée.
 - de proposer des solutions de paiement partout où les acheteurs interagissent, comme les blogs, les réseaux sociaux et les codes QR sur les emballages.
 - de gérer et d'accepter une gamme complète de méthodes de paiement, y compris PayPal, Venmo, la solution PayPal Pay Later, les cartes de crédit et de débit et plusieurs méthodes de paiement locales, via un seul service de paiement.

ENJEUX

- **Une expérience omnicanale de bout-en-bout doit intégrer le paiement :** Pour stimuler la conversion et développer leur activité, les commerçants doivent offrir des expériences de paiement personnalisées en fonction des profils des acheteurs et de la façon dont ils achètent. « L'expérience de paiement doit s'étendre partout où les acheteurs sont aujourd'hui, ce qui signifie également qu'une gamme complète d'options de paiement doit être disponible pour les acheteurs où qu'ils soient », a déclaré Yvan Boisjoli, cofondateur de Bold Commerce.
- **Accroître la conversion :** Les nouveaux modes de paiement de Paypal devraient augmenter la conversion de paiement sur les sites Web des commerçants et ce que Bold Commerce appelle des « points de contacts d'achat », ce qui générera plus de revenus en diminuant les frictions.
- **Créer un effet de réseau :** En apportant Bold Checkout à l'offre de PayPal et à ses plus de 430 millions de comptes actifs, la collaboration ouvre la voie à l'effet de réseau inter-commerçants mondial le plus important pour le commerce électronique.

MISE EN PERSPECTIVE

- PayPal s'adapte au ralentissement du commerce électronique et se prépare à une récession potentielle, en partie en s'alignant sur des partenariats pour diffuser ces solutions de paiement. [PayPal annonçait en novembre dernier avoir conclu un accord avec Apple](#) pour commencer à accepter les produits de paiement de l'autre au sein de leurs écosystèmes respectifs.
- Alors que PayPal et Apple Pay dominent le secteur des solutions de paiement dématérialisé, [les plus importantes banques des États-Unis s'organisent pour développer leur propre portefeuille numérique](#). Bank of America, JPMorgan Chase ou encore Wells Fargo cherchent ainsi à maintenir leur influence sur leurs clients pour éviter qu'ils se dirigent vers des concurrents.
- PayPal fait par ailleurs face à une enquête antitrust en Allemagne – où l'Office fédéral des cartels (FCO) a [annoncé](#) qu'il examinait ses règles sur les surtaxes. L'organisme de réglementation craint que les restrictions PayPal imposées aux commerçants ne nuisent aux concurrents et ne gonflent les coûts pour les consommateurs en restreignant la concurrence par les prix.

Source : [Site web](#)



Ticketchainer propose une solution innovante de billetterie sportive

Billetterie sportive – France – 14/02/2022

Ticketchainer est une startup labellisée FrenchTech et ayant intégré l'incubateur parisien Le Tremplin. Dernièrement, elle est parvenue à séduire plusieurs clubs professionnels en proposant une solution de billetterie innovante et prenant en compte toutes les problématiques e-commerce des organisations sportives.

LES FAITS

- Ticketchainer est une solution billetterie 100% cloud qui s'intègre en marque blanche sur la plateforme en ligne (ou site web) des clubs et organisateurs.
- L'offre Ticketchainer comprend :
 - Un parcours d'achat repensé avec un UX UI personnalisé intégrant les meilleures pratiques e-commerce et avec un design responsive adapté aux ordinateurs, tablettes et Smartphones.
 - Un back office qui permet de gérer le pilotage de la billetterie et des modules qui génèrent des revenus additionnels, avec Suivi des ventes de billets et des offres couplées en temps réel.
 - Une gestion de contrôle d'accès fixe et mobile (via une application mobile dédiée, des PDA interfacés avec l'API Ticketchainer ou l'Interfaçage avec un contrôle d'accès déjà en place).
- Depuis son lancement en 2021, la start-up a séduit une trentaine de clubs et événements sportifs.
- En parallèle, la start-up déploie un nouveau produit destiné aux marques et aux sponsors. Ticketchainer souhaite aujourd'hui poursuivre son développement sur le secteur du sport et s'ouvrir à d'autres marchés événementiels tels que les salons professionnels ou autres compétitions.
- Pour renforcer encore sa solution et son déploiement, la start-up prévoit de lancer une levée de fonds en milieu d'année 2023.

ENJEUX

- **Optimiser les parcours clients** : « Nous simplifions le parcours d'achat des utilisateurs pour maximiser le taux de conversion sur la vente de billets » explique Sami Bouden, CEO de Ticketchainer. En revanche, lorsque la donnée figure parmi les priorités, l'équipe de Ticketchainer accompagne ses clients dans la conception d'un parcours d'inscription plus riche.
- **Apporter plus de flexibilité à ses clients** : L'offre Ticketchainer se différencie par sa capacité à optimiser les enjeux e-commerce (collecte de datas, maximisation de vente...) de chaque organisateur (club, compétition, festival, salon, musée...). La plateforme se base sur une API, qui propose plusieurs modules développés et interconnectés qui facilite la personnalisation. Nous pouvons aisément interconnecter Ticketchainer à des solutions tierces notamment des CRM comme Arenamatrix ou Delight, très répandus dans le monde du sport et de la culture." Dans le même ordre d'idées, Ticketchainer se connecte avec des outils tels que bFan Sports.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le Bayern Munich s'est associé à la plate-forme de technologie financière Adyen, qui est devenue le partenaire exclusif du club en matière de solutions de paiement. Adyen gèrera le traitement des paiements du club sur tous les canaux de vente et permettra au club d'accepter les paiements sur

n'importe quel appareil partout dans le monde. La technologie d'Adyen sera utilisée dans le fan-shop, les abonnements aux clubs et les billets à l'Allianz Arena.

- La plateforme TIXnGO permet de tracer, donc de combattre, la fraude et les faux tickets, et de renforcer la sécurité des lieux qui accueillent les événements. Les grands distributeurs, freinent l'essor de cette technologie. La plateforme TIXnGO, qui peut se connecter à n'importe quel système de billetterie. Elle est déjà utilisée par le tournoi de tennis de Wimbledon, par l'UEFA, le Stade de France, mais aussi le producteur de spectacle Corrida, le festival La Magnifique Society à Reims.

Source : [Usine Digitale](#)



Ticketchainer

Réinventer l'expérience Billetterie

Espèces, DAB/GAB

Crédit Mutuel, BNP Paribas et Société Générale dévoilent leur nouvelle marque commune de distributeurs de billets

Distributeurs automatiques de Billets – France – 16/02/2022

BNP Paribas, Crédit Mutuel (hors Arkéa) et Société Générale ont dévoilé mercredi les nouvelles modalités de la mise en commun de leurs distributeurs automatiques de billets (DAB). Les premiers automates partagés devraient voir le jour à la fin de l'année sous une seule et même marque : « Cash Services ».

LES FAITS

- Les banques, réunies sous une entité commune nommée 2SF (Société des Services Fiduciaires) qui pilotera la mise en œuvre de cette transformation.
- Les trois réseaux opèrent près d'un tiers du parc français, soit environ 15.000 DAB sur un total de 48.000.
- CASH SERVICES sera progressivement déployé sur l'intégralité des automates dès le T4 2023 jusqu'à fin 2025, qu'ils soient implantés au sein des agences bancaires ou dans d'autres espaces publics (centres commerciaux, gares, etc.).
- Cash Services garantira à l'ensemble des clients des enseignes bancaires partenaires l'accès gratuit à une « offre de services élargie », annoncent les trois banques dans un communiqué.
- Cette opération est aussi l'occasion de moderniser le parc d'automates, tout en réduisant leur empreinte environnementale, avec des « équipements de dernière génération moins énergivores ».

ENJEUX

- **La phase d'étude du projet** avait été [lancée en octobre 2021](#) . Un important travail de cartographie est mené depuis novembre 2022 pour déterminer, commune par commune, quels DAB devront être retirés ou remplacés. Le résultat final de ce nouveau maillage territorial pourrait être connu à la fin du premier trimestre 2023.
- **Rationaliser le maillage** : Plusieurs milliers d'automates devraient ainsi disparaître dans les prochaines années, majoritairement dans les zones les plus densément peuplées et les mieux équipées. L'objectif, pour ces trois établissements bancaires, est de réaliser des économies, tout en maintenant une présence suffisante sur le territoire français.
- **Respecter leur obligation d'accessibilité** : En 2021, 2 % des distributeurs de billets ont été supprimés en France, soit 1.000 appareils. Les trois groupes bancaires assurent que 99 % de la population disposera d'un service de retrait d'argent à moins de 15 minutes en voiture.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'accès au cash demeure une préoccupation importante en France. Les paiements en espèces représentaient 50 % des transactions en magasin en 2022, selon une étude de la Banque centrale européenne.

- En Suisse, un comité de citoyens a lancé [une initiative populaire visant à inscrire dans la constitution l'obligation du maintien de l'argent liquide](#). Cette initiative baptisée "Oui à une monnaie suisse libre et indépendante sous forme de pièces ou de billets". Il exige que de l'argent liquide soit toujours disponible en quantité suffisante.
- Dans son projet de budget pour 2023, le gouvernement italien conduit par Giorgia Meloni a récemment proposé de relever le plafond des transactions pouvant être réglées en espèces de 1000 euros (comme en France) à 5000 euros, ainsi que d'autoriser les commerçants à refuser les paiements numériques de moins de 60 euros. Elle voit les paiements numériques comme un « cadeau illégitime fait aux banques et une taxe cachée sur les petites entreprises et les foyers ».
- Depuis fin novembre 2022, « [ING Cash](#) » donne aux clients la possibilité d'effectuer des dépôts et des retraits sur leurs comptes courants chez plus de 12 000 partenaires commerciaux en Allemagne.

Source : [Communiqué de presse](#)



Open Payment et services de mobilité

Lloyds investit dans une super-app automobile

Mobilité – Royaume-Uni – 02/02/2022

Lloyds Banking Group a investi 4 millions de livres sterling dans Caura, une application automobile tout-en-un conçue pour simplifier les paiements pour les automobilistes.

LES FAITS

- Fondées en 2019 par l'ancien directeur du développement commercial d'Apple, la plate-forme d'administration automobile est basée à Londres,
- Caura pour iOS et Android fournit une interface unique et très intuitive pour tous les paiements liés à la conduite qui simplifie le parcours utilisateur des automobilistes en leur envoyant des notifications "au bon moment".
- La plateforme de Caura gère déjà :
 - l'assurance automobile,
 - le contrôle technique,
 - les taxes sur les véhicules,
 - les péages...
 - et devrait bientôt accepter les tickets de stationnements
- Caura a levé plus de 8,4 millions de livres sterling. Parmi les précédents bailleurs de fonds de Caura figurent TwinFocus, InMotion Ventures (la branche de capital-risque de Jaguar Land Rover)...
- Les fonds levés au cours de ce nouveau tour de table sera utilisé pour développer davantage les produits existants, y compris l'administration, les paiements et l'assurance, ainsi que pour faire avancer une feuille de route ambitieuse pour les nouveaux produits.

ENJEUX

- **Savoir se rendre indispensable...** : En gérant de manière transparente l'assurance automobile, le contrôle technique, la taxe sur les véhicules, les péages et les frais municipaux, Caura permet aux conducteurs d'économiser un temps et de l'argent précieux. L'équipe de direction expérimentée de Caura se concentre sur l'expérience clients. Cet investissement important représente une autre étape importante dans ses plans visant à travailler en étroite collaboration avec les fintechs et les partenaires technologiques afin de réunir des connaissances et des technologies axées sur les données pour aider les clients.
- **... pour devenir incontournable** : « Nos projets futurs pour Caura comprennent le développement de services financiers intégrés tels que les prêts automobiles et l'assurance, des solutions de paiement en marque blanche pour les partenaires automobiles et des solutions SaaS en libre-service pour les PME clientes ». L'objectif étant de créer une super-app de l'automobiliste qui pourra se rémunérer en commercialisant les produits de ses partenaires.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Dans une récente interview](#), le CTO de Lloyds Banking Group proposait une intéressante exploration de ce que représente véritablement la transformation « digitale ». Il y fait notamment l'apologie de la collaboration et de l'ouverture sur des écosystèmes externes, en rompant avec la tradition du « tout fait maison ».
- La fintech spécialisée dans la gestion des dépenses professionnelles [Mooncard](#), se développe également autour des services de mobilité en permettant la remontée automatique des tickets de paiement de plus de 1300 stations-service en France. Cette intégration permet de remonter dans le logiciel Mooncard tout le détail des dépenses (carburant, TVA récupérable...) afin de gagner du temps et de l'argent sur la dématérialisation des dépenses et d'éviter la perte de justificatifs.

Source : [Communiqué de presse](#)



L'application SNCF Connect s'ouvre aux réseaux de transport en agglomération

Mobilité – France – 06/02/2022

L'application du groupe permet désormais d'acheter et valider directement avec son smartphone des titres de transport au sein de 22 agglomérations françaises de taille moyenne. Cette ouverture préfigure les ambitions du groupe vers plus de multimodalité.

LES FAITS

- L'offre est pour l'instant déployée à Angoulême, Annecy, Arras, Avignon, Beaune, Belfort, Bourgoin-Jallieu, Caen, Cholet, Cognac, Draguignan, Evreux, Guérande, Les Sables d'Olonne, Maubeuge, Menton, Montbéliard, Nevers, Saint-Brieuc, Saint-Lô, Saint-Nazaire et Saintes. SNCF Voyageurs, promettant d'« intégrer de nouvelles agglomérations » dans les semaines à venir.
- SNCF Connect propose également, pour la majorité des propriétaires de smartphones Android, de prendre en charge une partie des titres du réseau d'Île-de-France Mobilités, dont les abonnements Navigo hebdomadaire ou mensuel, les billets des bus vers les aéroports ou le simple ticket t+.
- Ce service déployé avec la jeune pousse airweb permet d'acheter son titre de transport local (billet unique, carnet, forfait ou passe périodique), de le valider en scannant un QR code en montant à bord et éventuellement de le présenter au conducteur ou contrôleur, a indiqué la compagnie.
- SNCF Connect, dont le lancement en janvier 2022 a été émaillé de nombreux bugs, revendique 1 milliard de visites en un an, avec 520.000 billets vendus chaque jour en moyenne.
- Depuis septembre 2022, SNCF Connect propose deux nouvelles solutions de paiement - les cartes Betterway et [Swile](#) - auxquelles viennent aujourd'hui s'ajouter les cartes [ALD Move](#) et Worklife. Les détenteurs de ces cartes peuvent ainsi acheter leurs titres de transport éligibles, abonnements ou billets, directement sur SNCF Connect.

ENJEUX

- **Développer la multimodalité** : « Ce nouveau service sur l'application SNCF Connect est une illustration de notre volonté d'accompagner les Français de bout en bout pour tous leurs déplacements », a commenté Anne Pruvot, directrice générale de SNCF Connect & Tech. Un Caennais peut ainsi réserver son trajet pour Paris en TER et acheter via SNCF Connect un ticket t+ du réseau d'Île-de-France Mobilités pour se déplacer en métro dans Paris, ou même un billet Orlybus ou Roissybus s'il souhaite se rendre à l'aéroport
- **Encourager des déplacements domicile-travail toujours plus durables** : SNCF Connect propose aussi de nouvelles solutions de paiement, qui permettent aux salariés d'utiliser le Crédit Mobilité et le Forfait Mobilités Durables, de plus en plus plébiscités par les entreprises.

MISE EN PERSPECTIVE

- Depuis plusieurs années, la mobilité est devenu le catalyseur de nombreuses initiatives, qu'elles proviennent de groupe déjà investis dans la mobilité ou d'autres comme les acteurs bancaires, qui y ont des intérêts à travers le financement et le leasing.

- En fin d'année dernière, les quatre grandes banques françaises ([BNP Paribas](#), [Crédit Agricole](#), [Société Générale](#) et BPCE) ont annoncé des mesures fortes pour se développer dans cette verticale.
- Au Royaume-Uni aussi, devenir une super-app de mobilité attire les acteurs bancaires, à l'image de [Lloyds qui vient de nouer un partenariat avec Caura](#), une startup qui développe des services de paiement pour faciliter le parcours des automobilistes.
- Les acteurs tech américains sont également à l'affût. Apple notamment qui mise beaucoup sur son système de paiement [Apple Pay Express](#) qui permet de payer en Open payment sans même avoir à déverrouiller le téléphone.

Source : [Communiqué de presse](#)

Bus, tram, métro

Acheter et valider ses titres de transports sur SNCF Connect

The image displays a map of France with numerous purple location pins indicating where users can purchase and validate transport tickets on the SNCF Connect platform. The pins are distributed across the country, covering major cities and regions. The locations marked include: Saint-Lô, Caen, Arras, Maubeuge, Evreux, Saint-Brieuc, Paris, Belfort, Guérande, Saint-Nazaire, Nevers, Beaune, Monbéliard, Les Sables-d'Olonne, Cholet, Angoulême, Annecy, Saintes, Cognac, Bourgoin-Jallieu, Avignon, Menton, and Draguignan. In the bottom left corner, the SNCF Connect logo is visible, and in the bottom right corner, there is an icon of a bus.

FREENOW lance une carte prépayée dédiée à la mobilité

Mobilité – Europe – 07/02/2022

FREENOW, la super-app européenne de mobilité, lance un nouveau moyen de paiement pour ses clients utilisateurs du Mobility Budget, une allocation mensuelle que les employeurs peuvent offrir à leurs employés comme avantage salarial.

LES FAITS

- La carte mobilité est une carte prépayée virtuelle qui permet aux utilisateurs de recourir au budget alloué par leur employeur sur le mode de transport de leur choix.
- Ils peuvent donc avoir accès aux moyens de mobilité les plus adaptés à leurs besoins personnels et leurs trajets domicile-travail, même quand le moyen de transport n'est pas encore disponible dans l'application FREENOW.
- Les entreprises peuvent décider librement du montant du budget alloué sur la carte mobilité et l'adapter en fonction des différents besoins des salariés.
- En outre, le Mobility Budget peut désormais être dépensé en France comme à l'étranger, une fonctionnalité réclamée par de nombreux utilisateurs : La nouvelle carte de paiement est aujourd'hui disponible pour tous les clients FREENOW for Business en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni et doit s'étendre en 2023 à d'autres pays.

ENJEUX

- **Répondre à la nouvelle norme du travail hybride** : Avec la carte prépayée, la plateforme étend ainsi son offre de multimobilité pour y inclure des services comme les transports en communs, mais aussi les billets de train ou encore la location de voitures ou de vélo.
- **Uniformiser l'expérience utilisateur et collaborateur pour imposer l'application FREENOW comme une super-app de mobilité** : Jusqu'à présent, le Mobility Budget, proposé aux entreprises comme "avantage collaborateur", était lié aux dépenses de transport liées aux déplacements professionnels ou aux trajets domicile-travail. Le budget de mobilité individuel peut désormais être dépensé que ce soit pour des déplacements quotidiens, hebdomadaires ou mensuels, pour des voyages privés ou des trajets domicile-travail.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'application Tripactions qui vient d'annoncer son changement de nom pour devenir Navan, propose aux entreprises de les débarrasser des notes de frais grâce à l'envoi automatique de formulaires d'autorisation de paiement par carte de crédit (FAPCC) et un système de préautorisation des dépenses qui fonctionne en couple avec un système d'émission de cartes virtuelles.
- La fintech spécialisée dans la gestion des dépenses professionnelles [Mooncard](#), se développe également autour des services de mobilité en permettant la remontée automatique des tickets de paiement de plus de 1300 stations-service en France. Cette intégration permet de remonter dans le logiciel Mooncard tout le détail des dépenses (carburant, TVA récupérable...) afin de gagner du temps et de l'argent sur la dématérialisation des dépenses et d'éviter la perte de justificatifs.

Source : [Site web](#)

Employee Transportation Benefits:
The Secret to Retaining and Attracting Top Talent

Daniela Rocha Almeida
FREE NOW for Business

FREE NOW
FOR BUSINESS

The graphic features a dark blue background with a white city skyline silhouette at the bottom. On the right, a woman with blue hair, wearing a red shirt, is shown in profile, holding a white smartphone. Three circular icons are positioned around her: a car icon, a bicycle icon, and a scooter icon, all in a light blue color. The text is arranged in the upper left quadrant, with the title in white and red, and the author's name in white. The FREE NOW FOR BUSINESS logo is in the top right corner.

Stratégie d'acteurs

Retour d'expérience : Adyen à la croisée des chemins

Paielement – Europe – 13/02/2022

Dans la valse d'annonce des résultats financiers 2022 des grands acteurs bancaires et financiers, [Adyen](#) a surpris les marchés, qui ont sanctionné l'action d'une forte baisse, malgré des résultats en forte croissance. Cette singularité s'illustre aussi dans la stratégie de l'acteur, à contre-courant de ses concurrents. Une prise de risque suffisante pour faire douter les investisseurs mais qui pourrait aussi s'avérer être la pierre angulaire de sa différenciation et de son succès.

LES FAITS

- Alors que beaucoup de ses concurrents ont accusé le coup de l'incertitude économique de 2022, Adyen a enregistré des résultats financiers plutôt flatteurs :
 - des revenus en hausse de + de 30 % (à 722 millions d'euros)
 - un résultat net annuel en hausse de + 33 % (à 1,3 milliard d'euros)
 - des volumes de transactions en croissance de près de 50 % (à 767 milliards d'euros)
 - une marge opérationnelle de 52 % (contre 59 % l'année dernière)
- C'est sur ce dernier point que se sont basés les investisseurs pour sanctionner l'action, dont le cours a chuté de 16 % à la publication de ces résultats. En effet, avec un ebitda à 372 millions d'euros (+ 4 % en un an), Adyen est bien en-deça de la rentabilité attendue par les analystes (445 millions d'euros).

ENJEUX

- **Une stratégie à long terme, à contre-courant de ses concurrents** : parmi d'autres, PayPal et Stripe ont en effet annoncé des licenciements massifs, fin 2022 et début 2023, avec l'ambition non dissimulée de préserver cette rentabilité qui est un indicateur décisif pour les investisseurs. Adyen, pour sa part, a choisi de recruter 757 personnes au second semestre 2022, portant l'effectif à 3 300 personnes au total) et prévoit d'en embaucher encore 1 200 en 2023 ; une stratégie d'investissement qui ne peut que peser encore davantage sur sa rentabilité. Ce choix s'explique en partie par la difficulté que le groupe a rencontrée pour recruter de nouveaux collaborateurs en 2020 et 2021 ; il s'agirait donc aujourd'hui d'un rattrapage, alors que la tension sur le marché de l'emploi diminue progressivement.
- **Internaliser la création d'une plateforme de commerce unifié pour séduire les plus gros commerçant.** Là aussi, Adyen se distingue de ses concurrents en ne procédant pas par acquisition de technologies, mais en développant par lui-même toutes ses solutions. Résultat des courses, l'entreprise est désormais à la tête d'une plateforme extrêmement intégrée, qui permet de proposer une très large gamme de solutions financières à ses clients : paiement en ligne, paiement en magasin (via son propre [SoftPOS](#)), financements aux commerçants (via son offre de [Revenue Based Financing](#)). Une stratégie qui s'est avérée payante, tant elle a permis à Adyen de capter des commerçants de premier plan, dont certains initialement équipés par des banques : General Motors, Monoprix, Toys'R'Us, Spotify, Uber, Booking.com, Microsoft, H&M, etc.

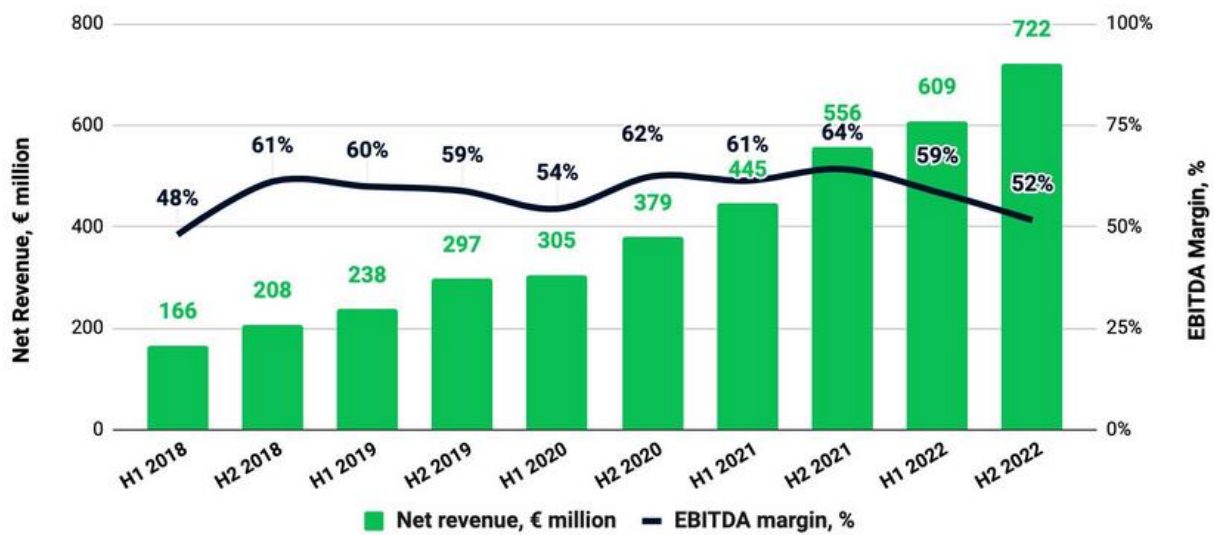
MISE EN PERSPECTIVE

- Au regard des volumes de transactions traitées, Adyen fait désormais partie du Top 10 des plus grands acquéreurs européens, auprès d'acteurs comme nexi, Worldline ou encore Barclay's, redistribuant au passage les cartes entre les grands acquéreurs bancaires et les nouveaux entrants.
- Sur le segment du commerce unifié, qui est le cheval de bataille des grands commerçants actuellement, BNP Paribas cherche à pousser fortement son offre baptisée Axepta Unified.
- En comparaison d'Adyen, PayPal a publié des résultats meilleurs qu'attendus, mais qui dénotent un ralentissement constant de sa croissance depuis plusieurs semestres, qu'il s'agisse de ses revenus ou du volume de paiement traités. Enfin, une incertitude pèse sur son avenir avec le départ de Dan Schulman.

Source : [Bloomberg](#)

Adyen | Net Revenue

H1 2018 - H2 2022



Retour d'expérience: Fidor ferme ses portes, bilan de l'aventure de BPCE avec un pionnier de la banque en ligne

Païement – Europe – 13/02/2022

[Fidor](#) vient d'annoncer qu'elle fermait [officiellement](#) ses portes après une mise en liquidation judiciaire. Cet évènement clôt une aventure mouvementée de 14 ans pour un pionnier de la banque en ligne communautaire. Cet acteur très innovant, [racheté](#) en 2016 par BPCE, n'a jamais pu [trouver sa place](#) au sein du groupe. Lequel a depuis [changé](#) radicalement de stratégie pour se concentrer sur ses ressources internes, en capitalisant sur [l'acquisition](#) du champion européen Oney.

LES FAITS

- Après sa mise en liquidation judiciaire, Fidor vient d'annoncer à ses clients allemands qu'elle fermait définitivement ses portes.
- Cette décision est l'aboutissement d'un processus qui a duré quelques années depuis le rachat de la fintech par le groupe BPCE.
- Créée en Allemagne en 2019, Fidor Bank était une fintech spécialisée dans la banque entre amis, dont l'un des produits phares était un livret d'épargne dont le taux était indexé sur le nombre de "likes" enregistrés sur Facebook. Une manière de mettre en avant les prémices d'une banque communautaire.
- Fidor s'est ensuite étendue aux [Etats-Unis](#) et au [Royaume-Uni](#), forte de quelque 350 000 membres en Allemagne (125 000 clients).
- L'offre de Fidor s'est ensuite diversifiée pour se concentrer sur 2 activités : l'une de prestataire [BtoB](#) d'open-banking (Fidor Solutions et sa plateforme FidorOS) et l'autre en direct auprès des clients finaux. Elle s'est en particulier très tôt intéressée aux [crypto-actifs](#), en signant notamment un [partenariat](#) avec Kraken.
- A son rachat en 2016 par BPCE, pour 150 M€, le projet était d'utiliser l'infrastructure en marque blanche de Fidor pour alimenter les solutions digitales de Banque Populaire et Caisse d'Epargne, mais aussi de lancer en direct la marque Fidor en France.
- Aucune de ces deux pistes ne s'est finalement concrétisée, face aux nombreux obstacles à cette collaboration. Dès 2018, après avoir étudié un plan d'investissement massif (de 300 millions d'euros) pour diffuser Fidor en Europe, le groupe BPCE a finalement choisi l'option de vendre Fidor.
- Sopra Banking Software s'est porté acquéreur de l'activité BtoB, quand le rachat de l'activité BtoC par le fonds Ripplewood a échoué.

ENJEUX

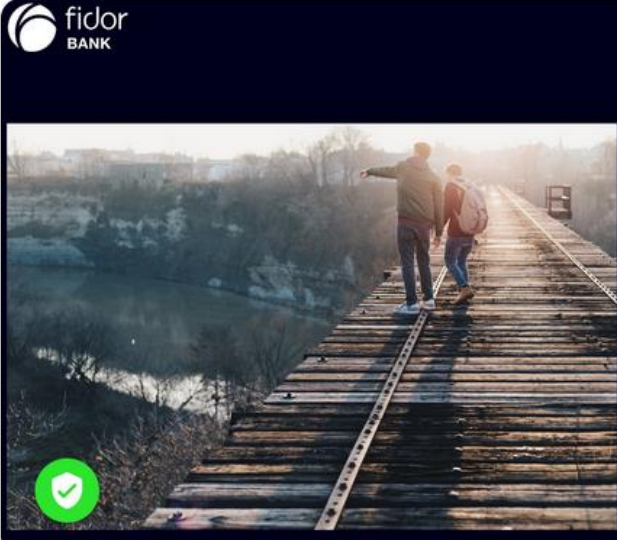
- **Un amarrage difficile pour des raisons culturelles** : au moment de son rachat, Fidor Bank incarnait la nouvelle génération de fintech qui venaient challenger les banques sur leur territoire et faisait partie des acteurs les plus innovants, par sa vision et son positionnement. Un positionnement avant-gardiste (notamment sur les crypto-monnaies) qui s'est avéré un frein à la collaboration avec les équipes de la banque. Le manque d'adhésion des leaders des caisses régionales a aussi pesé sur les relations avec la Fintech qui n'a jamais pu trouver sa place au sein du groupe.
- **Un changement de stratégie au sein du groupe BPCE, incarné par le passage de relais entre François Pérol et Laurent Mignon.** Suite à son changement de patron, le groupe a acté la vente de Fidor dans un contexte de changement interne. En 2019, BPCE a fait l'acquisition d'Oney pour en faire

son bras armé de la banque digitale en Europe. Une ambition portée par la présence d'Oney dans 12 pays européens. Après une frénésie d'acquisitions en 2015 et 2016 (rachats de [payplug](#), [Dalenys](#), Depopass, [Lepotcommun](#), e-cotiz, etc.), le groupe est désormais lancé dans une course à la rationalisation et au recentrage sur ses actifs internes. Après l'annonce de la fusion de PayPlug et Dalenys (sous la marque du premier), le groupe cherche à pousser une offre structurée autour de son nouveau pôle BPCE Digital & Payments.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le coût de cet échec partenarial est estimé à 230 millions d'euros pour BPCE, qui a dû recapitaliser Fidor à hauteur de près de 90 millions d'euros en 2018. Ce qui explique la décision prise rapidement en 2018 de vendre la fintech. Une situation qui n'est pas sans rappeler celle d'Orange Bank, dans laquelle Orange a dû investir massivement année après année, avant d'envisager sa cession.
- Outre ses problèmes dans la collaboration avec BPCE, Fidor s'est aussi heurtée à des problèmes de conformité, lesquels ont abouti à une amende de 3,7 millions d'euros infligée par la Bafin en 2022.

Source : [Site web](#)



fidor
BANK

Fidor Bank AG will discontinue its banking business this year.

What does that mean exactly?

At this point in time, you do not need to do anything. You can continue to use your account to the full extent.

Until the banking business is fully discontinued, we will maintain our business operations as usual. Our parent company, Groupe BPCE, the largest unlisted banking group in Europe, is fully supporting us in this process and will ensure that we meet all our obligations in your best interests at all times.

We will contact you in a timely manner to initiate the process to close your account. Rest assured that you will have ample time to transfer your banking relationship to a new financial institution.

Cryptomonnaies et MDBC

En Inde, l'e-rupee bientôt acceptée dans les grands magasins

Cryptomonnaies – Inde – 08/02/2022

Reliance Retail, l'une des plus importantes chaînes de magasins en Inde, permettra à ses clients de payer en e-rupee, la monnaie digitale de banque centrale introduite pour la première fois par la Reserve Bank of India (RBI) en décembre dernier pour les marchés de détail de certaines villes indiennes en mode pilote.. Le détaillant est devenu la plus grande entreprise indienne à adopter l'e-rupee dans ses points de vente.

LES FAITS

- Reliance Retail est devenu le premier détaillant d'entreprise à adopter l'acceptation de la monnaie numérique en Inde, poursuivant ainsi ses efforts pour créer une expérience de paiement pratique et transparente pour les clients.
- La société a déjà été la première à introduire des paiements UPI dynamiques en magasin basés sur QR.
- L'acceptation d'eRupee a été facilitée par les banques Kotak et ICICI sur une plate-forme fournie par Innoviti Technologies, qui détient une part de marché de 76% du traitement des paiements numériques au détail des entreprises.
- Le parcours d'achat se veut instantané et simplifié :
 - lors du passage en caisse, les clients devront scanner un QR, via l'application « Digital Rupee », développée par les banques partenaires.
 - Ils recevront instantanément une notification, pour confirmer que leur paiement a bien été effectué.
- Si la phase pilote est fructueuse, l'e-rupee sera déployée dans l'ensemble des points de vente, soit 17 000 boutiques, dans 7 000 villes à travers l'Inde.

ENJEUX

- **La monnaie digitale de banque centrale est présentée comme une solution d'avenir :** Le directeur de Reliance Retail, V Subramaniam, a déclaré que l'eRupee offrait l'avantage d'une transaction numérique sans le coût, car les autres paiements numériques ont un coût d'interchange et les cartes de crédit ont un taux d'escompte du commerçant. Dans le même temps, les transactions eRupee n'ont pas l'inconvénient de la manipulation d'espèces et elles peuvent être rapprochées avec les factures en utilisant les mêmes solutions utilisées pour les paiements numériques.
- **Un enjeu de souveraineté :** En février 2022, un projet pilote avait été annoncé par le ministre indien des Finances. Alors que le pouvoir politique est traditionnellement sceptique vis-à-vis des cryptomonnaies et de la finance décentralisée, ce dernier veut prévenir pour mieux guérir, en créant une MNBC contrôlée par sa banque centrale. L'initiative a d'abord été déployée dans quatre villes majeures, dont Bombay et New Delhi, avant d'être élargie à neuf autres villes. Un haut fonctionnaire a rapporté au journal Coindesk que le projet aurait été étendu à 15 villes supplémentaires

MISE EN PERSPECTIVE

- [La Banque Centrale Européenne](#), qui elle aussi, s'intéresse au sujet des MDBC, a livré sa vision de sa future monnaie numérique de banque centrale. L'institution évoque une application grand public capable de « proposer des paiements sans contact ou des codes QR » et d'une application de paiement. Mais, le chemin vers l'euro numérique ne sera pas dénué d'embûches. Les banques commerciales qui défendent le projet EPI de wallet d'identité numérique voient d'un mauvais œil la concurrence institutionnelle.
- La fintech finlandaise Membrane Finance a lancé le 2 février, [EUROe](#), le premier réseau de jetons stable et de paiement réglementé par l'UE. EUROe fonctionne comme un stablecoin à réserve complète, transformant un euro fiduciaire en une monnaie numérique indexée 1: 1 et une garantie de Membrane Finance que ces fonds ne seront pas dépensés.

Source : [Site web](#)



Cryptoactifs : l'encadrement se durcit

Cryptomonnaies – Europe – 17/02/2022

La commission mixte paritaire a trouvé un compromis quant au cadre légal qui s'appliquera à compter du 1er juillet 2023 aux acteurs des cryptos. Un enregistrement renforcé leur sera désormais demandé, mais pas un agrément, plus strict.

LES FAITS

- Les députés et sénateurs qui travaillaient sur le sujet ont acté le principe d'un renforcement de l'enregistrement que doivent déjà demander à l'Autorité des marchés financiers (AMF) les prestataires de services sur actifs numériques (Psan) en France.
- L'obligation d'enregistrement renforcé s'appliquera à partir du 1er juillet 2023 pour les nouveaux entrants sur le marché, qui ne pourront plus lancer leur activité sur la base d'une simple déclaration comme le faisaient leurs prédécesseurs.
- L'inscription simplifiée, telle qu'elle existe actuellement, a été accordée à plus de 60 acteurs en France à ce jour, dont Coinhouse et le géant [Binance](#).
- En revanche, aucun acteur n'est agréé, cet agrément est bien plus difficile à obtenir. Il nécessite de remplir des conditions de capital (50 000 à 150 000 euros) ou d'avoir un contrat d'assurance responsabilité civile, qui garantit le client en cas de problème.
- Outre le durcissement des conditions pour devenir PSAN en France, de multiples chaînes de contrôle ont été imposées au secteur des crypto-actifs. Outre la réglementation MiCA, l'UE souhaite également compliquer la détention de crypto-monnaies par les banques en imposant une pondération de risque disproportionnée (1 250 %) aux banques.
- Le texte de la commission mixte sera examiné une dernière fois au Sénat le jeudi 16 février, devant l'Assemblée nationale le mardi 28 février.

ENJEUX

- **Ne pas tuer l'innovation dans l'œuf** : L'idée d'un agrément contraignant, qui imposerait aux plateformes de fournir des garanties supérieures quant aux fonds propres dont elles disposent, a été écartée à ce stade. Un tel dispositif sera toutefois adopté au plus tard en octobre 2024, comme l'exige le projet de règlement européen « Markets in Crypto-Assets » (MiCa). Si cette mesure avait été mise en place dès 2023, comme le voulait le Sénat, cela aurait fait de la France l'une des juridictions les plus strictes au monde vis-à-vis des cryptoactifs. Ce qui aurait conduit certains acteurs à fuir le pays.
- **Un équilibre entre les positions** : A l'issue de leur session de travail du 9 février, les parlementaires ont avancé que l'accord trouvé entre les représentants des deux chambres « permet de proposer un cadre plus favorable aux épargnants, sans entraver l'innovation financière ».

MISE EN PERSPECTIVE

- L'Union européenne reporte en avril le vote du Parlement européen sur le règlement MiCa, relatif aux crypto-monnaies. L'adoption du règlement avait déjà été reportée une première fois au mois de février 2022. Depuis plusieurs mois, le Conseil européen et le Parlement [se sont accordés sur la dernière version du règlement MiCa](#) qui servira de base légale aux crypto-monnaies en Europe. Il vient finalement

d'être reporté au mois d'avril 2023. Ce retard est justifié par des problèmes techniques, notamment de traduction du règlement au sein de l'Union européenne.

- Dans un discours qui définit la position de la Banque centrale italienne, Ignazio Visco explique :

"La Banque d'Italie se concentre sur la nécessité d'identifier les domaines dans lesquels la nouvelle technologie des registres distribués peut contribuer à la stabilité globale du système financier. (...) Nous travaillons également à l'élaboration de solutions technologiques, et à la définition d'un cadre complet de normes au niveau européen et mondial, pour faciliter l'utilisation sûre des DLT et de leurs applications. (...) Nous avons également entamé les processus relatifs aux activités d'autorisation et de surveillance prévues par le règlement MiCA."



Ingenico et Binance nouent un partenariat pour tester le paiement en crypto en magasin

Cryptomonnaies – France – 23/02/2022

Le leader des terminaux de paiement et le géant des cryptos viennent de signer un partenariat stratégique pour déployer une solution de paiement qui permette au consommateur de payer en cryptos en magasin.

LES FAITS

- Cette solution d'acceptation sera d'abord déployée en France, dans le cadre d'un pilote, auprès de deux commerçants de la restauration (Le Carlie) et de la vente au détail (Miss Opéra).
- Les utilisateurs payeront avec cette solution (Binance Pay) installée sur leur smartphone. Binance a publié ce mercredi matin [une vidéo](#) montrant un paiement dans un magasin de vêtements à Paris, Miss Opéra.
- Parcours client :
 - Le consommateur et le commerçant devront tous les deux disposer d'un portefeuille électronique (« wallet ») Binance.
 - Le professionnel devra ensuite déterminer s'il souhaite être payé en Tether (USDT) ou en Binance USD, qui sont des stablecoins (cryptos stables) adossés au dollar.
 - Le commerçant pourra alors générer un QR code avec son terminal de paiement AXIUM (une gamme de terminaux Android), que le consommateur pourra lire.
- À ce stade, Axium permet d'accepter plus de 50 cryptomonnaies.
- Cette solution de paiement en cryptomonnaies sera également bientôt déployée en Europe, dans les pays où les cryptomonnaies et Binance ont été réglementées, grâce à l'intégration de Binance Pay dans les terminaux de paiement d'Ingenico.

ENJEUX

- **Un partenariat stratégique qui permettra de booster l'usage des cryptos dans les commerces de détail :** Ingenico étant la plus grande base de terminaux de paiements mondiale. Pour l'instant, il s'agit de paiements en cryptomonnaies - cette solution proposera automatiquement un taux de change, qui sera bloqué pendant quelques minutes, permettant une expérience utilisateur rapide et fluide - mais, Ingenico et Binance travaillent à une seconde solution, pour transformer automatiquement les actifs crypto en monnaies fiduciaires. Cela peut permettre à une frange plus large des commerçants de commencer à utiliser les cryptomonnaies.
- **Elle permet aussi de répondre à un besoin des utilisateurs de cryptomonnaies,** qui souhaitent pouvoir les dépenser de manière plus aisée dans les commerces locaux. Selon le communiqué, 93% des détenteurs de cryptomonnaies ont affirmé vouloir utiliser les cryptomonnaies pour effectuer des achats si on leur en offrait l'option.

MISE EN PERSPECTIVE

- Lancée en 2017, Binance est la première plateforme d'échanges de cryptomonnaies dans le monde, comptant plus de 120 millions d'utilisateurs.

- Binance qui a [obtenu le statut PSAN](#) (prestataire de service sur actifs numériques), pour déployer sa solution en France, a lancé il y a quelques semaines son "tour de France" des cryptomonnaies, avec pour objectif de démocratiser la connaissance des cryptomonnaies dans les régions. Le géant des cryptomonnaies a également annoncé la sortie d'un calculateur d'impôts visant à simplifier pour les particuliers la déclaration de leur plus ou moins values.

Source : [Communiqué de presse](#)



Identité numérique et wallet

Huawei teste une carte d'assurance médicale virtuelle avec son portefeuille numérique

Santé – Chine – 15/02/2022

Huawei a lancé une version bêta de l'application Wallet, permettant aux utilisateurs de tester une première version de sa carte d'assurance médicale virtuelle.

LES FAITS

- Cette fonctionnalité de carte d'assurance médicale virtuelle est développée conjointement par Huawei Wallet, la plate-forme National Government Service et l'Administration nationale de la sécurité médicale de Chine.
- La version bêta publique actuelle n'est prise en charge que par les smartphones avec NFC, tandis que d'autres modèles s'ouvriront dans les versions ultérieures.
- Semblable à une carte physique de sécurité sociale, la carte virtuelle d'assurance maladie est utilisable dans tout le pays et ouvre l'accès à des opérations telles que : des certificats d'identité, l'accès à des dossiers d'information, des demandes de renseignements en libre-service, des règlements d'assurance médicale, des paiements des prestations médicales et d'autres paiements dans des magasins.
- Le portefeuille Huawei permet également d'effectuer des transactions numériques sur les smartphones et les terminaux. Outre les transactions, l'application permet aux gens d'ajouter leurs cartes de fidélité, cartes-cadeaux et coupons. On peut instantanément ajouter sa carte bancaire pour payer en magasin d'un simple toucher ou scan de code-barres.

ENJEUX

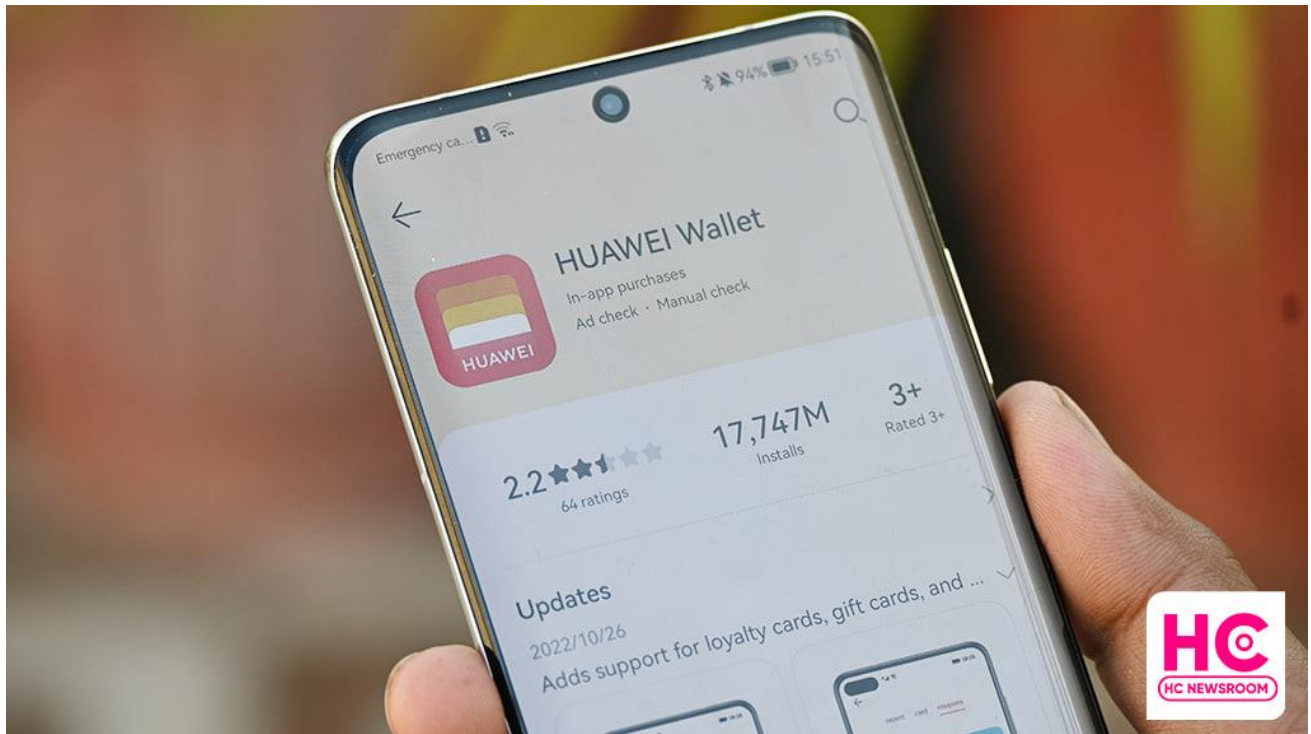
- **Un enjeu de données personnelles de santé** : Cette nouvelle fonctionnalité permet au géant de la tech chinois de se positionner sur le secteur de la santé. Cela fait plusieurs années que les grandes entreprises de la tech promettent de révolutionner le secteur de la santé. Le potentiel de la valorisation des données e-santé par les Gafam est estimé à 7100 milliards de dollars par [une étude réalisée par trois chercheurs français](#) s'insurgeant contre le manque de transparence lié à ce marché.
- **Développer les usages autour du wallet** : Après les transports, Huawei propose donc à ses clients de virtualiser leurs moyens de paiements et leurs justificatifs médicaux pour lever un point souvent douloureux, face à une administration qui ne centralise pas les données en n'en donne pas un accès numérique simple.

MISE EN PERSPECTIVE

- En France, la carte Vitale dématérialisée est expérimentée dans 12 départements depuis 2021. Elle va progressivement être déployée dans toute la France, suivant un décret paru au Journal officiel le 30 décembre 2022.
- Les Gafa sont aussi en embuscade dans le domaine de la santé. Amazon vient de lancer officiellement Amazon Clinic, son nouveau service d'e-santé disponible dans trente-deux États américains. Avec ce produit, le géant de l'e-commerce ne cache pas ses ambitions dans le secteur de la santé connectée.

- Apple propose désormais de nouvelles fonctionnalités qui intègrent de plus en plus de santé. Avec iOS 16 et watchOS 9, l'Apple Watch et l'iPhone prendront désormais en charge des fonctionnalités dans 17 domaines de la santé et du bien-être, allant de la santé cardiaque au suivi du sommeil, en passant par la santé des femmes, la mobilité ou encore la surveillance de la température corporelle.

Source : [Communiqué de presse](#)



Meta ajoute à son tour l'authentification avec Meta Verified

Authentification – International – 27/02/2022

Après Twitter Blue, Mark Zuckerberg dévoile Meta Verified : un abonnement mensuel pour authentifier votre compte et obtenir un badge vérifié.

LES FAITS

- Meta Verified, c'est quoi ? C'est la nouvelle offre payante de Meta qui permet aux utilisateurs de faire vérifier leur compte, d'obtenir des protections contre l'usurpation d'identité, mais aussi de gagner en visibilité.
- Meta Verified est avant tout à destination des créateurs, les entreprises ne sont pas éligibles à cette offre pour le moment, mais la firme indique vouloir étendre cet abonnement à une audience plus large à l'avenir.
- Pour être éligibles, les comptes doivent répondre aux exigences minimales en matière d'activité, telles que l'historique des publications antérieures, et être âgés d'au moins 18 ans, précise Meta dans son [blog post](#)
- Concrètement, Meta Verified vous permet d'obtenir :
 - Un badge vérifié : votre compte est authentifié avec un ID gouvernemental (une pièce d'identité correspondant au nom de profil et à la photo du compte Facebook ou Instagram est requise).
 - Plus de protections contre l'usurpation d'identité : mise en place d'une surveillance proactive des comptes susceptibles d'usurper d'autres comptes dont l'audience en ligne est en pleine croissance.
 - Une assistance en cas de problème : vous pouvez parler à une personne réelle si vous rencontrez un souci avec votre compte.
 - Plus de visibilité et de portée : votre compte est plus susceptible d'apparaître dans les recherches, les commentaires et les recommandations.
 - Des fonctionnalités exclusives : des options pour vous permettre de vous exprimer de manière unique.
- Meta déploie son nouvel abonnement en Australie et en Nouvelle-Zélande dans un premier temps.
- Meta Verified est accessible à partir de 11,99 \$ par mois (pour un achat sur la version web) et 14,99 \$ par mois pour un achat sur iOS et Android.
- Après cette phase de test, Meta a pour objectif de déployer cette offre dans le monde entier.

ENJEUX

- **S'attaquer au problème des faux-comptes et de la modération des fake news** : Meta Verified promet de mieux protéger les usagers des plateformes du groupe Meta contre le risque d'usurpation d'identité grâce à une surveillance proactive. Le groupe Meta demande à l'utilisateur de fournir sa carte d'identité. Cela implique que les abonnés sont obligés d'afficher leur véritable nom sur leur profil. Avec ce système, il espère régler une grosse partie du problème de la haine en ligne. Tout en réduisant, en plus, les coûts de modération, qui sont très élevés.

- **Une nouvelle source de revenus** : À l'image de Twitter, qui propose le même type de formule depuis l'arrivée d'Elon Musk, les réseaux sociaux se tournent peu à peu vers le modèle du freemium. Le modèle d'abonnement devient une source de revenus de plus en plus exploitée par les plateformes sociales. En juin 2022, Snapchat dévoilait son abonnement payant Snapchat+. En novembre dernier, Elon Musk déployait Twitter Blue, son abonnement payant pour obtenir la très convoitée coche bleue de vérification. Ce n'est donc pas anodin que Meta se lance aussi sur ce modèle en ce début d'année. Mark Zuckerberg a repris la stratégie d'Elon Musk qui consiste à facturer plus cher les souscriptions depuis un smartphone afin de répercuter les taxes appliquées par les magasins d'applications d'Apple et Google.

MISE EN PERSPECTIVE

- La stratégie à long terme de Meta, notamment en rapport avec ses initiatives liées aux technologies immersives. Le concept de "métavers" qui lui est cher est, en effet, intrinsèquement lié à la gestion d'identités. Au-delà de ce pari technologique, les différents projets gouvernementaux de régulation de l'identité en ligne (en France et ailleurs) sont peut-être aussi perçus comme des opportunités par l'entreprise.
- Commercialement, cette nouvelle offre semble ne pas déclencher un engouement immédiat. A la mi-janvier, l'offre payante proposée par Twitter réunissait seulement quelque 180 000 aux États-Unis et 290 000 dans le monde, révèle le média américain [The Information](#).

Source : [Usine Digitale](#)



Green banking

Memo Bank permet à ses clients de mesurer leur empreinte carbone

Environnement – France – 10/02/2022

[Memo Bank](#) propose une série de nouveaux services permettant à ses clients de mesurer l'emprunte carbone de leurs dépenses par carte. Non seulement la banque indique les émissions liées aux achats mais elle mesure aussi les émissions de CO₂e qu'engendre l'utilisation de ses services.

LES FAITS

- À chaque fois qu'ils effectuent un paiement par carte, les clients de Memo Bank voient désormais sur leur compte l'estimation en kgCO₂e des émissions liées à cet achat.
- Ils peuvent identifier les dépenses qui génèrent le plus d'émissions, et intégrer l'estimation des émissions liées à leurs dépenses par carte à la mesure de leur propre empreinte carbone — sans avoir besoin de calculer eux-mêmes ces émissions.
- Ensuite, Memo Bank affiche sur ses factures les émissions de CO₂e qu'engendre l'utilisation de ses services. Les clients de la banque peuvent directement inclure cette estimation d'émissions dans le calcul de leur empreinte carbone.
- Cet indicateur s'appuie sur des données ouvertes, enrichies par les équipes de Memo Bank, et sur une méthodologie validée par le cabinet de conseil en stratégie climat Magelan.

ENJEUX

- Calculer les émissions indirectes : Les entreprises qui mesurent leur empreinte carbone ont souvent des difficultés à calculer leurs émissions indirectes, car elles manquent de données sur les émissions de leurs fournisseurs. Le calcul des émissions indirectes d'une entreprise consiste à lui attribuer une quote-part de l'empreinte carbone de chacun de ses fournisseurs, la quote-part étant proportionnelle au montant des dépenses chez le fournisseur. En l'absence de mesure de l'empreinte carbone du fournisseur, le calcul d'une quote-part devient un processus complexe, qui nécessite le retraitement de données théoriques.
- Un modèle développé en interne : L'indicateur de Memo Bank s'appuie sur [deux sources de données](#), retraitées et librement accessibles sur GitHub. D'une part, les équipes de Memo Bank ont retraité les données ouvertes d'Exiobase, qui associent à chaque euro dépensé dans une catégorie de marchand, une quantité d'émissions de CO₂e. D'autre part, elles ont établi des tables de correspondance entre ces données, et les catégories de marchands définies par Visa et Mastercard.
- Adopter une approche Open data pour favoriser l'adoption de ses indicateurs : Afin d'avoir une influence au-delà de son cercle de clients, Memo Bank a décidé d'ouvrir les données qu'utilise son indicateur d'émissions de CO₂e. Toute institution financière (banque ou fintech) qui dispose d'un service de cartes de paiement chez Visa ou Mastercard peut s'appuyer sur la méthodologie et les données de Memo Bank pour développer son propre indicateur.

« Avec cette initiative, Memo Bank joue pleinement un rôle de pionnier. Cela va participer à sensibiliser ses clients, mais aussi ses concurrents, à suivre une approche similaire. L'avenir où toutes les entreprises afficheront l'empreinte carbone de leurs produits et services se rapproche ! ». commente Adrien Destrez, cofondateur et consultant climat chez Magelan.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si la première vague des acteurs "greentech" étaient plutôt dévolus au B2C avec des noms comme [Greenly](#), [Doconomy](#), [Onlyone](#) et bien d'autres, le shift s'est opéré sur le créneau du B2C. On entend de plus en plus parler d'acteurs comme [Namr](#), [Carbo](#) ou encore [Metron](#).
- Metron est l'une des premières entreprises françaises de technologies vertes. La startup a développé une plateforme technologique qui réduit les coûts énergétiques et l'empreinte carbone des entreprises. Dernièrement, en partenariat avec BNP Paribas, le programme "Decarb Fast Track" a été lancé pour réduire l'impact carbone des entreprises françaises, grâce à la mise à disposition d'outils de pilotage énergétique. Le groupe bancaire affirme une nouvelle fois son ambition de se tourner vers une croissance plus soutenable.
- Aux côtés de la Banque des Territoires, Société Générale participe à l'augmentation de capital de namR, une start-up de la transition énergétique spécialiste des données BtoB. Une activité qui met en lumière l'intérêt de la banque de détail pour les nouveaux services verts et coïncide parfaitement avec son positionnement data-driven, affirmé depuis plusieurs années.

Source : [Communiqué de presse](#)

