



Les faits marquants du mois

PAIEMENT SANS FRICTION – L'expérience de paiement au centre des attentions

- **FRANCE** – Adyen et le GIE CB lancent une solution de mise à jour automatique des données bancaires
- **INTERNATIONAL** – Adyen ajoute le Click to Pay à son interface de paiement en ligne
- **ETATS-UNIS** – Apple propose du live shopping en visio avec un conseiller dédié
- **ROYAUME-UNI** – SumUp lance Kiosk une borne de commande reliée à un TPE
- **INTERNATIONAL** – Ingenico rachète le fournisseur SoftPOS Phos

Le terme « paiement sans friction » fait référence à tout processus de paiement en ligne ou en personne qui utilise les données des applications, appareils ou sites Web pour simplifier le processus de paiement du client et améliorer les taux de conversion. Selon les critères requis pour un paiement sans friction, les innovations d'Adyen telles que le click-to-pay (qui permet de faire gagner du temps aux consommateurs en simplifiant le processus de saisie des coordonnées bancaires) ou le partenariat avec le GIE CB pour la mise à jour automatique des coordonnées bancaires, permettent de stimuler les taux de conversion, mais également réduire les taux de désabonnement, en particulier dans les business models basés sur l'abonnement. L'ambition d'Ingenico d'investir dans la technologie SoftPoS pose des défis importants. Cela permettra aux commerçants physiques notamment aux vendeurs nomades de faire des paiements une partie intégrante de l'expérience client, du conseil à la vente en livraison. Sumup va encore plus loin en matière d'expérience de paiement sans friction en proposant une borne libre-service directement associée à leur TPE, permettant de traiter un volume plus important de commandes et possibilités d'upsell, au moment du passage en caisse. Enfin, le live shopping véritable tendance de l'e-commerce en 2023, permet de générer des taux de conversion jusqu'à 10 fois plus élevés par rapport aux canaux traditionnels selon une étude de McKinsey.

WEB 3.0 – Le Web3 commence à voir l'émergence du « as-a-service »

- **INTERNATIONAL** – Coinbase veut simplifier l'accès au Web3 avec son Wallet-as-a-Service
- **INTERNATIONAL** – Worldline lance son offre "Metaverse-as-a-service"
- **FRANCE** – Circle, met cap sur la France

La France veut se positionner comme un véritable pionnier sur le Web3. Dans son plan stratégique 2030, elle dit vouloir devenir le hub européen et mondial. L'arrivée de Circle en France ou encore la récente levée de fonds de Ledger sont une confirmation de ce potentiel. Le Web 3, ouvre de nombreuses opportunités pour les distributeurs, notamment sur la notion de fidélité, avec le métavers et les NFT qui permettent aux marques de créer de véritable communauté à l'intérieur de cet espace. Créer une expérience de paiement optimale, dans ce nouvel écosystème était un véritable enjeu, pour accompagner les distributeurs sur ce nouvel canal de vente. A part de grands détaillants, tous les acteurs n'ont pas nécessairement les ressources pour investir en R&D ou les compétences techniques pour explorer ce nouvel écosystème. Coinbase a donc lancé son wallet-as-a-service pour démocratiser le paiement via les cryptomonnaies dans cet univers et Worldline, a lancé une offre de « metaverse-as-a-service » afin de faciliter l'entrée dans ce monde pour les distributeurs leur offrant une offre clé en main, de l'infrastructure (du terrain dans cet espace au paiement du bien tangible ou intangible). Le métavers est une véritable révolution dans le monde de la distribution. Il deviendra un canal de vente complémentaire, ou les distributeurs devront proposer une expérience client hybride en fonction des besoins et du niveau de digitalisation de leurs cibles.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	3
CARTES & SUPPORT DE PAIEMENT	5
Ekip mêle titre restaurant et éco-responsabilité	5
Curve offre la possibilité à ses clients de transformer n'importe quel objet en un moyen de paiement	7
SERVICES MOBILES	9
WhatsApp Pay finalement autorisé au Brésil	9
UPI Lite de Paytm permettra des paiements plus rapides sans code PIN	11
Apple propose du live shopping en visio avec un conseiller dédié	13
CREDIT & FINANCEMENT	15
Un an après son lancement, Younited Pay se lance en Espagne	15
MiTrust et Algoan utilisent la smart-data dans le crédit scoring	17
PAIEMENT B2B	19
Kollecto lance un outil pour la digitalisation des TPE/PME	19
PAIEMENT INTEGRE - PAAS	21
GoDaddy invente le paiement par nom de domaine	21
Adyen ajoute le Click to Pay à son interface de paiement en ligne	23
Adyen et le GIE CB lancent une solution de mise à jour automatique des données bancaires	25
SumUp lance Kiosk une borne de commande reliée à un TPE	27
Checkout.com lance l'émission de cartes virtuelles et physiques	29
PAIEMENT FRACTIONNE - BNPL	31
Western Union s'allie à Beforepay pour la nouvelle fonctionnalité Send Now, Pay Later	31
Aria, une nouvelle fintech française se lance sur le BNPL B2B	33
La Banque Postale restructure son offre de BNPL à la suite du rachat de Joe	35
La startup française Elyn invente le paiement décalé	37
BNP Paribas s'appuie sur Hokodo pour lancer une solution Buy Now, Pay Later B2B	39
OPEN PAYMENT & SERVICES DE MOBILITE	41
Mercedes introduit la validation biométrique des paiements dans ses véhicules	41
IDENTITE NUMERIQUE	43
MasterCard, acteur certifié de l'identité au Royaume-Uni	43
STRATEGIES D'ACTEURS	45
Retour d'expérience : Klarna signe les plus grosses pertes de son histoire en 2022	45
Stripe : une valorisation en chute libre, malgré une levée de 6,5 milliards de dollars	47
Retour d'expérience : Floa devient le fer de lance du paiement fractionné de BNP Paribas en Europe	49
Mangopay rachète la fintech WhenThen	51
WEB3	53
Coinbase veut simplifier l'accès au Web3 avec son Wallet-as-a-Service	53
Worldline lance son offre "Metaverse-as-a-service"	56
Circle, met cap sur la France	58

En bref

- **FRANCE – Shine**, la néo-banque professionnelle rachetée par la Société Générale il y a deux ans, s'est associée à Brinks pour offrir aux professionnels la possibilité de déposer leur argent en toute sécurité grâce à un réseau de buralistes agréés. Grâce à un partenariat avec Brinks Payment Services, les clients de Shine qui souhaitent déposer de l'argent peuvent utiliser un code QR généré au sein de leur application bancaire. La solution se trouve dans 1 600 buralistes partenaires, si l'argent est remis en espèces et immédiatement viré sur le compte du professionnel. Le service est inclus dans les forfaits bancaires, le montant maximum du dépôt est de 500 à 3000 euros. Depuis le lancement il y a six mois, nous pouvons remarquer : 1,5 million d'euros ont été déposés par 3 000 utilisateurs, restaurateurs, commerçants, artisans, indépendants. Et en moyenne les utilisateurs gagnent 500 euros par mois. Pour Brinks, cette offre répond au besoin de digitaliser les espèces. Comme les établissements de paiement sont régulés, les flux sont contrôlés, les buralistes sont formés, Brinks est contrôlé et agréé comme mandataire par l'ACPR. L'offre intéresse également les autres banques digitales, mais aussi les banques traditionnelles, dont les bureaux sont parfois situés loin de la zone de travail des clients. La Brinks prévoit d'étendre ce service aux associations caritatives capables de collecter des sommes importantes et proposera bientôt le paiement de factures en espèces via un partenariat avec un acteur de l'énergie.
- **ETATS-UNIS** – Selon la source The Big Whale, le géant de la technologie **Amazon** serait sur le point de lancer une marketplace NFT le mois prochain, avec 15 collections NFT déjà disponibles à partir de la date de lancement. Amazon commencera à proposer environ 15 collections NFT le jour du lancement lui-même. De plus, les collections NFT seront disponibles sur le site Web d'Amazon et peuvent être consultées en cliquant sur l'onglet « Amazon Digital Marketplace ». Les NFT ne seront achetés que sur le compte Amazon et par carte de crédit. Le service NFT via la plate-forme Amazon permet aux personnes qui n'ont pas accès à des portefeuilles cryptographiques comme Metamask d'acheter des NFT.
- **INTERNATIONAL** – La fonctionnalité est toujours en cours de déploiement, mais elle devrait offrir aux utilisateurs d'Edge un portefeuille cryptographique intégré nativement dans le navigateur. Un projet à ne pas confondre avec le projet Edge Wallet de **Microsoft**, un portefeuille mobile pour Android et iOS. Cette fonctionnalité vise à démocratiser l'adoption des crypto-monnaies pour le plus grand nombre et à lever les barrières liées à la complexité technique. Ce portefeuille est nativement intégré à Edge en dehors de tout plugin de navigateur et permettrait d'effectuer des transactions sur la blockchain Ethereum comme acheter et vendre des crypto-monnaies et des NFT. Il permettrait également l'accès aux applications décentralisées (dapps) et aux échanges de crypto-monnaies. Cette fonctionnalité est encore en test préliminaire. Mais s'il devait voir le jour très prochainement. Edge ne serait pas le premier navigateur à lancer un portefeuille crypto. Début 2022, Opera a sorti une version dédiée web3 appelée Crypto Browser, qui intègre dans un premier temps un crypto wallet. Les utilisateurs en ligne peuvent également choisir des extensions pour utiliser d'autres portefeuilles comme Metamask.
- **ETATS-UNIS** – Le 28 mars 2023, **Apple** a finalement lancé son service de paiement fractionné pour certains de ses clients aux États-Unis. Une sortie qui va peut-être faire de l'ombre à d'autres acteurs du BNPL comme Klarna et Affirm qui traversent une période difficile. Apple proposera dans un premier temps ce service à un petit nombre de ses clients aux États-Unis. Alors que le "Buy Now, Pay

Later" voit son modèle financier touché par la hausse des taux d'intérêt, Apple a déployé mardi son service auprès de quelques-uns de ses clients aux États-Unis. Apple Pay Later, annoncé en juin dernier, est intégré à la fonction "Wallet" de l'iPhone et de l'iPad et permet aux utilisateurs d'Apple Pay de diviser un achat entre 50 \$ et 1 000 \$ en 4 paiements égaux sur 6 semaines sans intérêts ni frais de retard. Les utilisateurs d'Apple Pay peuvent l'utiliser pour effectuer des achats en ligne ou en magasin, et le service s'appuie sur le réseau de Mastercard. Les marchands n'ont rien à faire pour accepter ce service s'ils acceptent déjà Apple Pay. Goldman Sachs donne à Apple l'accès au réseau de Mastercard car Apple ne peut pas émettre directement de preuve de paiement. Après la première demande de prêt, Apple s'assure que la situation financière du client est bonne avant l'approbation. L'analyse crédit (credit scoring) est réalisée directement par Apple Financing, filiale du secteur financier du groupe. Pour rappel, Apple s'est déjà associé au géant de Wall Street pour lancer en 2019 l'Apple Card, sa carte de crédit.

Cartes & Support de paiement

Ekip mêle titre restaurant et éco-responsabilité

Paiement – Cartes de Paiement – 22/03/2023

Alors que la RSE devient une préoccupation majeure des entreprises, la startup Ekip offre aux entreprises la possibilité d'accélérer cette transition avec un titre-restaurant éco-responsable.

LES FAITS

- Les titres-restaurant Ekip peuvent être utilisés chez 220 000 partenaires de référence et bénéficient d'un avantage spécial pour les salariés :
 - Les utilisateurs seront récompensés lorsqu'ils feront leurs achats dans l'un des 3 500 restaurants ou entreprises alimentaires référencés par Ekip.
 - En moyenne, 10% du prix d'achat sera reversé lors de l'utilisation du titre-restaurant dans l'enseigne partenaire éco-responsable, à l'instar de Café Joyeux, Day by Day ou Biocoop.
- Les adresses qu'Ekip choisit d'utiliser sont souvent déjà étiquetées [Ecotable](#) ou [FiG](#).
- Une vingtaine d'entreprises françaises ont mis en place les titres-restaurant Ekip pour leurs salariés qui utilisent l'application pour trouver des restaurants et des épiceries à proximité.
- En parallèle, la direction des ressources humaines dispose d'un tableau de bord SAS pour gérer l'émission et l'ajout des titres restaurant.
- Les cartes physiques sont optionnelles, dans le but de créer des politiques RSE sans créer de nouveaux déchets.

ENJEUX

- **Le marché de l'alimentation, un marché à décarboner :** l'alimentation représente 24% des émissions de CO2 de la France, selon Ekip. Partant de ce constat, le fondateur d'Ekip (Julien Derville) a créé Ekip en août 2020.
- **Fédérer les collaborateurs par des valeurs communes pour créer une véritable culture d'entreprise :** Ekip veut donner un sens à cet avantage social (titre-restaurant) accordé à ses employés. Les politiques RSE contribuent de plus en plus à l'image d'une entreprise et à sa capacité à attirer et retenir les talents. Les valeurs de l'entreprise peuvent même l'emporter sur les salaires.
- **Récompenser les collaborateurs pour les inciter à changer leurs habitudes de consommation :** bien manger coûte généralement un peu plus cher. C'est pourquoi Ekip récompense les salariés favorisant les restaurateurs éco-responsables dans cet écart budgétaire dans le but de changer les habitudes de consommation de leurs employés.

MISE EN PERSPECTIVE

- Ekip [prévoit de lever des capitaux dans le but croître, avec une levée estimée d'un million d'euros d'ici fin 2023](#). Ekip s'est également fixé un objectif de 2 500 employés utilisateurs d'ici la fin de l'année, mais ils n'excluent pas de démarcher les collectivités locales et les associations susceptibles de fournir également cet avantage social à leurs salariés.

- À la suite de plusieurs polémiques sur le Greenwashing, les mesures de RSE et de durabilité environnementale deviennent de plus en plus au centre des business models des entreprises. Par exemple, [Doconomy a récemment annoncé l'acquisition de la fintech Dreams Technology, notamment destiné à permettre à Doconomy, utilisé par Mastercard, de compléter son offre par une suite de solutions basées sur la finance comportementale.](#)
- Autres exemples sur le secteur du e-commerce :
 - [L'offre à cashback à impact fourni par MiiMOSA, une plateforme financière axée sur l'agriculture et l'alimentation.](#) Il s'agit d'une extension web qui permet aux citoyens de contribuer facilement au financement de la transformation agricole en achetant en ligne auprès de 500 commerçants partenaires.
 - Ou encore [Clarity AI, une plateforme technologique qui s'est associé à la fintech Klarna pour promouvoir les marques vertes auprès des acheteurs de Klarna.](#) Grâce aux données fournies par Clarity, Klarna donne aux utilisateurs un aperçu complet des engagements sociaux de leurs marques préférées pour les aider à consommer de manière plus responsable.

Source : [Site officiel](#)



ekiP

Curve offre la possibilité à ses clients de transformer n'importe quel objet en un moyen de paiement

Paiement – Support de Paiement – 24/03/2023

Curve s'est associé à Digiseq pour permettre à ses 4 millions de clients (dans 31 pays européens) de convertir n'importe quel objet en moyen de paiement grâce à la technologie RCOS de Digiseq.

LES FAITS

- En partenariat avec la société de paiement mobile Digiseq, Curve offrira aux clients la possibilité d'effectuer des paiements sans contact sur une variété d'articles de mode tels que des bagues, des bracelets et des vêtements.
- La technologie de personnalisation mobile RCOS de Digiseq permet aux consommateurs de provisionner en toute sécurité des comptes de paiement Curve sur mobile à l'aide de leurs smartphones Android ou iOS.
- Les utilisateurs peuvent lier leurs cartes à leurs dispositifs portables via l'application en marque blanche Manage-Mii de Digiseq, l'activer en quelques secondes et commencer immédiatement à effectuer des paiements portables sur Curve.

ENJEUX

- Offrir au consommateur d'avoir le choix : Curve vise à être le produit financier le plus centré sur les besoins du consommateur. Pour répondre à leurs besoins, Curve lance ce service pour permettre aux consommateurs de choisir le mode de paiement qui lui correspond le mieux.
- Pouvoir payer n'importe où, avec n'importe quel objet : la personnalisation rapide sans contact (RCOS) donne le pouvoir aux consommateurs de payer avec n'importe quel objet auprès de millions de commerçants dans le monde. Il peut configurer l'objet ayant une puce NFC via l'application Manage-Mii, et effectuer un paiement sans contact au lieu de sa carte de paiement.
- Positionner les wearables passifs au cœur de l'écosystème et de la stratégie paiement des retailers : la pandémie a perturbé de nombreux modes de paiement traditionnels, ce qui a poussé les clients à rechercher des moyens plus simples et plus transparents pour acheter des biens et des services :
 - RCOS est la prochaine étape de ce processus, aidant les marques et les fabricants à placer les "wearables passifs" au cœur de l'écosystème des paiements. Dans le but de permettre aux clients d'effectuer des paiements plus sûrs, plus flexibles et plus personnalisés.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2021, [DIGISEQ a lancé sa solution Rapid Contactless Personalization \(Rcos\)](#), disponible pour tous les appareils Android et iOS, permettant de télécharger l'application mobile Manage Mii, et d'activer les données de paiement Mastercard via une tokenisation sécurisée.
- Les principaux acteurs de ce marché des wearables sont : Apple, Philips, Polar Electric, Omrom Corporation, Fitbit, Lifewatch, Garmim, VitalConnect, Jawbone, General Electric, Jamboni, General Motors. [Google est entré sur ce marché en 2019 avec son acquisition de Fitbit pour 2,1 milliards de dollars.](#)
- Le [marché des wearables est une branche du marché des objets connectés](#) qui présente de réelles opportunités de croissance, non seulement dans le secteur de l'électronique grand public mais également dans [le secteur médical](#) :

- Actuellement, l'essentiel de l'offre grand public des wearables est constituée :
 - des bracelets et montres connectées.
 - des lunettes intelligentes (ou smartglasses), qui inclut la technologie de réalité augmentée, des fonctionnalités audio pour écouter les appels et les notifications du smartphone, ou même une caméra.
 - La pandémie a accélérée drastiquement le rythme d'adoption par le marché des technologies IoT et des applications sans contact. Un [marché qui devrait atteindre plus de 41 milliards d'appareils d'ici 2027](#).
- L'objectif principal des wearables est de contrôler et de surveiller en permanence les indicateurs de santé les plus importants, d'améliorer la qualité des informations et d'assurer un diagnostic et un suivi des traitements en temps réel.

Source : [Site Web](#)



Services mobiles

WhatsApp Pay finalement autorisé au Brésil

Paielement – Brésil – 06/03/2023

Le service de messagerie instantanée de Meta, WhatsApp, a reçu l'approbation de la Banque centrale du Brésil pour lancer sa nouvelle fonctionnalité de paiement dans le pays.

LES FAITS

- Les utilisateurs de WhatsApp au Brésil peuvent effectuer des paiements entre utilisateurs via l'application depuis 2021, mais le nouveau développement ouvre la voie aux commerçants pour recevoir des paiements.
- La nouvelle fonctionnalité permettra aux utilisateurs :
 - de parcourir les produits,
 - d'ajouter des produits à leur panier
 - d'effectuer des paiements avec les cartes de débit et de crédit Mastercard et Visa directement à partir de leur chat WhatsApp.
- WhatsApp Pay, qui est directement lié à Facebook Pay, nécessite une carte de crédit ou de débit émise par Visa ou Mastercard liée à l'une des institutions financières agréées suivantes : Banco do Brasil, Itaú, Bradesco, Nubank, Banco Inter, Mercado Pago, Next, Sicredi et Woop .
- Les utilisateurs peuvent envoyer jusqu'à 1 000 R\$ par transaction avec une limite mensuelle de R\$ 5 000 et peuvent effectuer jusqu'à 20 transactions quotidiennes.
- Outre le cryptage de bout en bout entre les smartphones et les serveurs de WhatsApp, WhatsApp Pay bénéficie également de fonctionnalités de sécurité supplémentaires, telles que la tokenisation et la biométrie.

ENJEUX

- **Une phase d'expérimentation** : WhatsApp fonde de gros espoirs sur des marchés comme [l'Inde](#) et le Brésil avec ses 120 millions d'utilisateurs actifs où il a une présence dominante.
- **Trouver de nouvelles sources de revenus** : La messagerie commerciale a également trouvé une place plus importante dans les plans de Meta avec le ralentissement des revenus publicitaires.

MISE EN PERSPECTIVE

- WhatsApp avait lancé une fonctionnalité de paiement en 2020, mais l'entreprise avait du faire marche arrière du fait d'objections de la Banque centrale du Brésil. Le système peer-to-peer de WhatsApp semblait incompatible avec le système de paiement existant du Brésil en raison de problèmes de concurrence et de confidentialité des données.
- WhatsApp a joué un rôle clé dans la conduite du président brésilien d'extrême droite Jair Bolsonaro au pouvoir lors des élections de 2018. Lors des élections générales de 2022, WhatsApp a pris la décision de reporter le lancement de sa nouvelle fonctionnalité Communautés après les élections, suscitant la

colère du président sortant, qui souhaitait s'appuyer sur cette nouvelle fonctionnalité dans sa campagne de réélection en 2022.

Source : [Reuters](#)



UPI Lite de Paytm permettra des paiements plus rapides sans code PIN

Paiement – Inde – 08/03/2023

La fintech indienne Paytm Payments Bank Limited (PPBL) sera le premier établissement bancaire indien à intégrer la fonctionnalité UPI Lite. Cette initiative devrait accélérer l'adoption des paiements numériques en Inde et consolider la position de Paytm en tant que première société de paiements numériques du pays.

LES FAITS

- UPI Lite a été introduit par la National Payments Corporation of India (NPCI) en septembre 2022
- Paytm UPI Lite permettra aux utilisateurs d'effectuer des transactions de faible valeur allant jusqu'à Rs 200 (environ 2.30 euros) plus rapidement et sans avoir besoin d'utiliser le code PIN UPI via l'application Paytm.
- Les utilisateurs peuvent recharger leur portefeuille UPI Lite en ajoutant jusqu'à Rs 2,000 deux fois par jour, totalisant jusqu'à une limite quotidienne de Rs 4,000.
- Le nombre de transactions n'est pas limité.
- Comment payer avec UPI Lite :
 - Scannez un code QR ou sélectionnez un contact que vous souhaitez payer
 - Entrez le montant
 - Appuyez sur le bouton « Payer en toute sécurité » en bas
 - Votre montant défini sera envoyé instantanément - aucun code PIN UPI ne sera demandé

ENJEUX

- **Simplifier les transactions de faibles montants** : L'UPI Lite de NPCI et RBI est destiné à faciliter les transactions numériques dans le pays et à désencombrer la comptabilité bancaire. En effet, ces transactions de faible valeur ne seront reflétées que dans la section Solde et historique Paytm. Selon les données officielles de NPCI, la moitié des transactions UPI quotidiennes dans le pays sont inférieures à Rs 200.
- **Sécuriser les transactions** : Avec des milliards de transactions traitées chaque mois via UPI, les temps d'arrêt ne sont pas si rares. Pour reconnaître ce problème, la National Payments Corporation of India (NPCI) a lancé l'année dernière en septembre UPI Lite – une version plus légère et plus efficace de l'UPI pour les petites transactions. Paytm assure également aux utilisateurs qu'UPI Lite « n'échouera jamais » même pendant les heures de pointe des transactions et élude les problèmes de taux de réussite des banques.

MISE EN PERSPECTIVE

- Pour rappel, Paytm Payments Bank a également introduit la possibilité pour les utilisateurs d'envoyer et de recevoir instantanément de l'argent à partir d'un numéro de téléphone combiné avec un identifiant UPI enregistré via l'application Paytm.
- Avec 389,61 millions de transactions enregistrées, la Banque est l'une des 10 premières banques de transfert de fonds pour les transactions UPI.

- Le mois dernier, la société indienne de paiements numériques PhonePe a levé 100 millions de dollars supplémentaires dans le cadre d'un cycle en cours. PhonePe est le leader incontesté du marché des paiements mobiles sur UPI avec environ 50% de toutes ces transactions. Avec UPI Lite, Paytm compte bien rattrapper son retard sur cette partie stratégique de son activité de paiement.

Source : [Communiqué de Presse](#)

Paytm payments
bank

First Payments Bank to Launch



Apple propose du live shopping en visio avec un conseiller dédié

Distribution – Etats-Unis – 17/03/2023

Le géant américain [Apple](#) s'est imposé comme une référence en matière d'innovation sur les marchés de l'informatique et du mobile. Mais au-delà du hardware, Apple cherche aussi à renouveler sans cesse les [expériences](#) des utilisateurs et acheteurs de ses appareils, notamment via des parcours d'achat innovants. Dernier exemple en date, avec le lancement du service "Shop with a Specialist", permettant à un client de bénéficier de l'accompagnement en visio d'un conseiller clientèle dédié.

LES FAITS

- Apple vient de présenter de nouvelles sessions de live shopping accompagné pour ses clients et prospects américains. Le service "Shop with a specialist" permet en effet à ses utilisateurs d'échanger en direct avec des spécialistes, membres de l'équipe de vente Apple.
- L'objectif ? Aider les clients et prospects de la marque à faire le meilleur choix possible en fonction de leurs besoins, parmi la vaste gamme de produits Apple existante.
- Seuls les produits de la gamme iPhone sont concernés pour le moment, l'iPhone 14 et l'iPhone 14 Plus plus particulièrement.
- Les utilisateurs du service peuvent ainsi suivre une session vidéo sécurisée pour découvrir les derniers modèles de la marque, leurs fonctionnalités, les offres proposées par les opérateurs, les conditions de reprise du programme Apple Trade In ou encore les options de financement des appareils.
- Le service est complété par un outil de comparaison pour permettre au consommateur de choisir l'offre la plus adaptée à son budget.
- Le service est accessible depuis le site Apple aux Etats-Unis, entre 7h et 19h, tous les jours. Outre le service vidéo, "Shop with a specialist" est aussi accessible par téléphone ou par chat, 24h/24.

ENJEUX

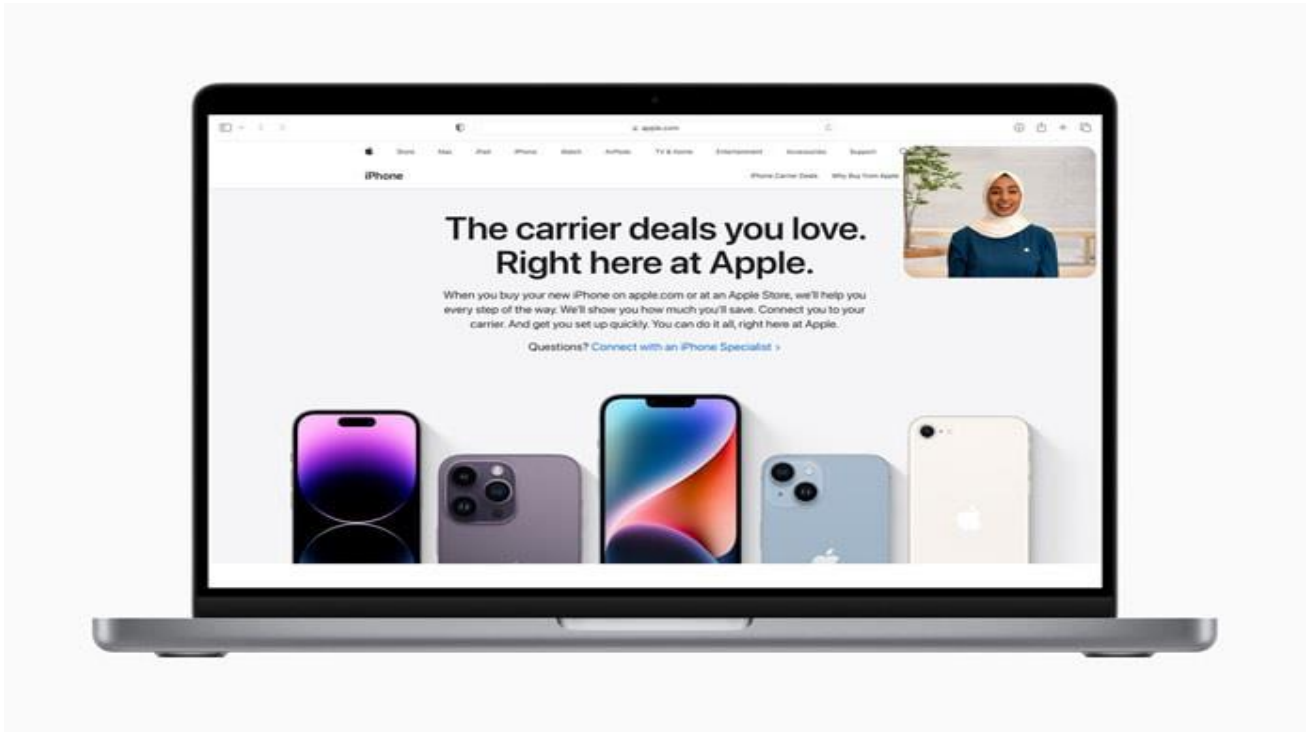
- **Contourner l'un des derniers inconvénients de l'e-commerce** : Tout l'intérêt de se rendre dans une boutique Apple reposait jusqu'ici sur le fait de pouvoir être accompagné par un vendeur qualifié et de bénéficier de ses conseils. Apple a ainsi longtemps valorisé les "genius", ces vendeurs réparateurs, recrutés avant tout pour leur connaissance de la marque et leur passion. Apple prend aujourd'hui une option différente en valorisant l'accès à distance de cette compétence, levant ainsi un frein potentiel à l'achat en ligne. Cette option est d'autant plus adaptée qu'elle concerne des devices dont le prix est de plus en plus élevé et justifie l'accompagnement d'un vendeur.
- **Convertir de nouveaux clients** : Avec son nouveau service, Apple cherche aussi à convaincre les fidèles utilisateurs du système Android. Une partie des vidéos "Shop with a specialist" est ainsi consacrée à une question cruciale pour les utilisateurs de smartphones d'autres marques, s'agissant de leur passage au système iOS.

MISE EN PERSPECTIVE

- Si Instagram permettait de [réaliser](#) des achats par Messages Directs depuis juillet dernier, Meta a fait le choix d'arrêter la fonctionnalité de live shopping d'abord pour Facebook en octobre 2022, puis pour Instagram en février.

- Pourtant promises à un brillant avenir, les expériences de Live shopping peinent à trouver leur public en Europe et aux Etats-Unis, où le social commerce représenterait seulement 5 % du marché de l'e-commerce, selon [Insider Intelligence](#).
- Ces expériences restent néanmoins très sollicitées par les consommateurs chinois. Apple s'en inspire pour sa part pour renforcer la proximité avec ses clients et futurs clients en s'appuyant sur la visio.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Crédit & Financement

Un an après son lancement, Younited Pay se lance en Espagne

Crédit – Europe – 13/03/2023

Younited, leader européen du « crédit instantané », dévoile un bilan et des perspectives positives, 12 mois après le lancement de Younited Pay sur le marché français. Younited Pay est une solution de paiement étalé qui permet aux marchands, sur leur site web ou en boutique, de proposer à leurs clients une offre de crédit instantané permettant de financer des paniers jusqu'à 50 000 €, pour une durée allant jusqu'à 84 mois.

LES FAITS

- Younited Pay attire beaucoup de commerçants. Ils sont déjà plus de 2.000 à avoir opté pour son offre de facilités de paiement.
 - Ce canal « Partenariats » en forte croissance (+185% de la GMV en 2022) est un levier de développement clé pour l'entreprise.
 - Younited Pay compte plusieurs partenaires de référence, comme Bouygues Telecom en France, le leader de la distribution Euronics en Italie dans l'univers des biens électroniques, Tediber dans l'aménagement de la maison, Cake dans l'univers des motos électriques ou encore Auto1 dans le marché du véhicule d'occasion.
 - Le déploiement du service sur les plateformes de e-commerce Prestashop et Magento, et bientôt sur Shopify, devrait accélérer encore son adoption auprès des e-commerçants disposant de ressources techniques moins étoffées que les grands du secteur.
- Cette solution est utilisée aussi bien en ligne qu'en point de vente physique : près de 70% des transactions Younited Pay sont réalisées en magasin.
 - Pour les marchands, l'impact sur les ventes est significatif. Ces derniers observent en moyenne +25% de panier moyen et +15% de chiffre d'affaires.
 - Les paiements sont 100% garantis au marchand, et certains marchands constatent que le taux de pénétration de Younited Pay peut s'élever jusqu'à 60% du mix de moyens de paiement.
- Fort de ce succès en France et en Italie, la solution est désormais déployée en Espagne.
 - Déjà présent sur ce marché depuis 2017 à travers son activité historique de prêt personnel, Younited s'appuie sur ses équipes locales basées dans ses bureaux de Barcelone et Madrid, où une centaine d'employés gèrent la relation avec les clients et les marchands.
 - Un premier partenariat a déjà été lancé avec succès avec K-tuin, le plus gros distributeur de produits Apple en Espagne. Younited Pay permet ainsi de financer, lors d'un achat en ligne ou en boutique, toute la gamme de produits d'Apple.

ENJEUX

- **Une offre qui anticipe la future réglementation** : La révision en cours de la directive européenne sur le crédit à la consommation va en effet rebattre les cartes de l'industrie, puisque les offres de paiement en plusieurs fois non régulées (« Buy Now Pay Later ») seront désormais encadrées au même titre qu'un crédit classique. Younited qui a déjà accumulé plusieurs années d'exercice sur le marché du crédit à la

consommation régulé, se considère mieux armé que les acteurs du BNPL pour faire face à la future directive européenne.

- **Une solution alimentée par l'open banking** : La solution Younited Pay s'appuie sur l'Open Banking, qui permet aux utilisateurs de partager en toute sécurité leur historique de compte bancaire et qui optimise également les taux de financement pour les marchands. En analysant ces données bancaires, la technologie développée par Younited est capable en quelques secondes de scorer, valider la capacité de remboursement d'un client et de fournir une réponse définitive instantanée.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les Etats membres de l'Union européenne se sont accordés sur un projet législatif visant à moderniser l'encadrement des services financiers vendus en ligne. Cette nouvelle directive viendra compléter la directive encadrant le crédit à la consommation et visant spécifiquement les produits de type BNPL.
- Alors que la proposition de Bruxelles allait dans le sens d'une forte harmonisation de ces dispositions, en détaillant par exemple la liste des informations pré-contractuelles à fournir, le compromis trouvé au Conseil de l'UE laisse sur certains points clés à chaque Etat membre la liberté de placer le curseur où il le souhaite.
- L'obligation de fournir des informations précises sur «les coûts cachés» ou sur le risque lié au service financier en question disparaît du texte.
- De la même manière, quand la Commission entendait imposer que ces différentes informations soient fournies «au moins un jour avant» la conclusion du contrat à distance, la version du Conseil prévoit que cela ait lieu «au moment opportun» («in good time» dans le texte). Une formulation floue, déjà utilisée dans la nouvelle directive encadrant le crédit à la consommation, et vouée à donner une marge de manœuvre à chacun des Etats membres au moment de transposer le texte dans le droit national.
- En revanche, les Etats membres entérinent l'obligation pour les vendeurs de faciliter le droit de rétractation dans les 14 jours de la conclusion du contrat : ces derniers devront mettre à la disposition des utilisateurs un « bouton de rétractation » leur permettant de se retirer facilement de la vente.

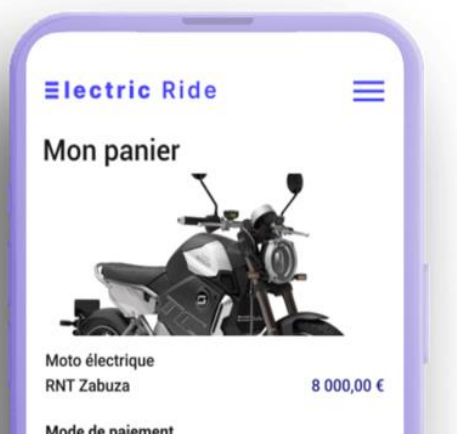
Source : [Communiqué de Presse](#)

1. Choix du moyen de paiement

✦ De 300€ à 50 000€

📅 De 10 à 84 mois

📍 En ligne et en boutique



MiTrust et Algoan utilisent la smart-data dans le crédit scoring

Crédit – Europe – 15/03/2023

MiTrust, intermédiaire de confiance pour le partage et le filtrage des données personnelles, et Algoan proposant des outils d'aide à la décision de crédit, annoncent un partenariat pour créer une offre commune "d'open banking intermédié" alliant la transparence, le contrôle des données et l'analyse de solvabilité.

LES FAITS

- Cette offre permet aux fournisseurs de services en ligne d'accéder aux informations sur les comptes bancaires de tous les clients potentiels sans y avoir un accès détaillé.
- Après avoir d'abord accepté de partager ses données bancaires avec MiTrust, l'utilisateur a un aperçu du résultat de l'analyse effectuée par Algoan.
- Il peut ensuite donner à nouveau son consentement pour partager le résultat avec le prestataire de service qui l'a demandé.
- Le prestataire peut ainsi, lui faire un retour immédiat sur sa demande.
- Dans ce parcours 100% digital et sans friction, seuls les résultats de l'analyse sont transmis au service web.

ENJEUX

- **Un paradoxe entre le besoin des prestataires de service et les attentes des Européens en matière de données** : l'utilisation des données bancaires dans le calcul de la solvabilité est un enjeu important pour les prestataires de service. C'est pourquoi, les solutions de "banque ouverte" n'ont jamais été aussi importantes. Cependant, les Européens peuvent parfois se sentir mal à l'aise face à l'open banking car ils sont de plus en plus soucieux de la protection de leurs données personnelles, notamment bancaires.
- **Une logique de « smartdata » innovante pour lever les freins des Européens** : grâce à cette collaboration, MiTrust et Algoan, avec un procédé 100% digital de calcul de solvabilité, permettent de restituer uniquement les informations bancaires essentielles des ménages dans le calcul de la solvabilité et le partage au prestataire.
- **Redonner le contrôle des données aux utilisateurs** : cette solution apporte la puissance du scoring bancaire et offre aux utilisateurs un contrôle total sur leurs données personnelles, limitant la quantité d'informations divulguées au strict nécessaire.

Xavier DRILHON, Président et co-fondateur de MiTrust déclare que : « le renforcement de la confiance sur Internet requiert un partage de données personnelles fiables et leur divulgation doit être sélective et sous le strict contrôle des utilisateurs. En un mot, partagez moins pour partager mieux. »

MISE EN PERSPECTIVE

- Les Etats membres de l'Union européenne se sont accordés sur un projet législatif visant à moderniser l'encadrement des services financiers vendus en ligne. Cette nouvelle directive viendra compléter la directive encadrant le crédit à la consommation et visant spécifiquement les produits de type BNPL.
- Algoan est une fintech française opérant dans le secteur du financement. [Algoan](#) fournit aux fintechs, aux commerçants et aux institutions financières des outils d'aide à la décision de crédit (basés sur l'open

banking) intégrables au parcours de BNPL, de crédit (automobile, immobilier, ...) via une interface logicielle :

- Algoan [affirme](#) qu'ils :
 - Réduisent de moitié le risque de crédit, et augmentent de 40% l'acceptation des demandeurs de prêt
 - Réduisent les coûts de traitement de la demande
 - Et offrent un parcours, 100% digital et sans friction.
- De son côté, [MiTrust](#) est un intermédiaire de confiance pour le partage de données personnelles et professionnelles dans le respect des droits fondamentaux et des principes du RGPD. La société est enregistrée auprès de l'ACPR (autorité administrative intégrée à la Banque de France) en tant que prestataire de services d'information sur les comptes (PSIC) :
 - Son service est déjà utilisé dans 3 pays européens (France, Allemagne et Pays-Bas)
 - Dans plusieurs industries (services financiers, jeux et paris en ligne, immobilier, RH, conformité, ...)
 - La solution [MiTrust est déjà utilisée par le "Pass'Zelok Prioritaire" pour constituer un dossier de location en 5 minutes.](#)
- Cette rupture technologique est rendue possible grâce à la DSP2. L'offre proposée par MiTrust et Algoan est une révolution de [l'offre similaire de Younited Credit, permettant depuis 2018 de donner une réponse aux demandeurs de crédits en quelques minutes grâce à la transmission des données bancaires.](#) Cette nouvelle offre, permet de redonner le contrôle aux ménages sur l'analyse des données bancaires choisies dans l'analyse de la solvabilité, sans friction sur le parcours de souscription.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Paiement B2B

Kolecto lance un outil pour la digitalisation des TPE/PME

Paiement B2B – France – 28/03/2023

Kolecto, spécialiste français de la gestion des factures, des paiements et de la dématérialisation, est entré sur le marché pour aider les TPE/PME à reprendre le contrôle de leurs finances et à gagner en productivité. Kolecto vient de boucler un premier tour de table de 4M€ et est soutenu par le groupe Crédit Agricole.

LES FAITS

- Kolecto a développé une solution qui centralise les opérations administratives, la finance et les opérations bancaires conformément à la réglementation et aux normes en vigueur.
- Kolecto a déjà bouclé son premier tour de table avec 4 millions d'euros levés pour lancer le projet.
- Plutôt que d'ajouter un autre outil ou compte, il s'agit d'une solution qui centralise et complète ce que l'entreprise possède déjà et l'adapte à ses besoins opérationnels.
- Au-delà d'une plateforme qui permet un contrôle financier en temps réel, Kolecto propose un accompagnement personnalisé adapté aux besoins spécifiques de chaque entreprise.
 - La solution de Kolecto en mode SaaS permet de collecter et centraliser les factures, les payer ou les encaisser, vérifier leur suivi et les transmettre à un comptable.
 - La plateforme offre aux TPE/PME la possibilité de scanner les factures, d'analyser le contenu des factures avec un système d'auto-remplissage, et de payer en quelques clics.
 - Les experts de Kolecto peuvent également aider les entreprises à répondre aux questions et à résoudre les problèmes de manière personnalisée.
- La commercialisation est prévue pour le troisième trimestre 2023 et un lien de préinscription est déjà disponible pour bénéficier d'une licence gratuite de 12 mois et d'accéder à une version d'essai disponible en juin 2023.

ENJEUX

- **S'intégrer aux outils existants des entreprises** : Kolecto a été créé sur le principe que les entreprises n'ont pas forcément besoin de changer leur organisation ou leurs outils existants, juste avoir une solution permettant de centraliser les opérations comptables et financières.
- **Accompagner les entreprises dans la digitalisation** : plus de la moitié des entreprises françaises sont actuellement en difficulté et de nombreuses TPE/PME sont particulièrement mal équipées. Ils ne disposent pas d'un CRM ou d'outils comptables professionnels, et ils sont mal préparés pour la prochaine étape de la numérisation.
- **Accompagner les entreprises sur les nouvelles réglementations** : l'objectif est de fournir un support simple et économique pour l'adoption de nouvelles réglementations sur la facturation électronique, qui s'appliqueront à partir de juillet 2024. La plateforme proposée par Kolecto appartient à la catégorie des opérateurs de dématérialisation et offre un accès gratuit aux TPE/PME dans le cadre de la réglementation qui va entrer en vigueur.

MISE EN PERSPECTIVE

- Récemment, [Ayden et le Groupe Bancaire CB se sont concentrés sur la problématique du business model de l'abonnement avec le renouvellement automatique des données des cartes bancaires pour réduire le taux de désabonnement des clients](#), et ainsi offrir une expérience de paiement sans friction. Récemment, le [gouvernement français a pris des initiatives pour aider les entreprises françaises à passer à la digitalisation](#). Le gouvernement a créé par exemple, la communauté Relais dont Kolecto fait partie, et prochainement la mise à disposition d'un portail de facturation gratuit.
- Avec [le soutien de la Fabrique by CA et du groupe Crédit Agricole](#), Kolecto a toutes les cartes en main pour assurer son développement. Un partenariat permettant une expertise du Crédit Agricole, tout en conservant son agilité de fintech pour s'adapter rapidement aux besoins des utilisateurs.
- La [digitalisation reste un enjeu clé pour 80% des PME interrogées en France](#). Une enquête [YouGov auprès de l'hébergeur Ionos](#) a révélé que le coût (55 %) et le manque de temps (48 %) restent les principaux obstacles à la numérisation, suivis du manque de savoir-faire (45 %) et de la sécurité et de la protection des données (48 %) qui sont également un obstacle majeur.

Source : [Site Officiel](#)



Paiement intégré - PAAS

GoDaddy invente le paiement par nom de domaine

E-commerce – Etats-Unis – 01/03/2023

GoDaddy est une entreprise américaine spécialisée dans la gestion de noms de domaine sur Internet et la mise à disposition de services d'hébergement web. Elle vient de lancer une nouvelle solution de paiement appelée GoDaddy Payable Domains pour aider les petites entreprises à recevoir des paiements via leur domaine.

LES FAITS

- Le paiement reçu via GoDaddy Payable génère des frais de transaction parmi les plus bas du marché : 2,3% + 30 cents par transaction. C'est quelques centimes de moins que ce que PayPal et Stripe facturent.
- GoDaddy Payable n'est actuellement disponible qu'aux États-Unis. Il n'y a pas de calendrier sur le moment où il sera lancé dans d'autres pays.
- Pour utiliser GoDaddy Payable, vous devez :
 - acheter un domaine auprès de GoDaddy ou utiliser un domaine existant
 - vous rendre sur payments.godaddy.com
 - créer un compte ou se connecter
 - connecter votre domaine
- Un sous-domaine sera généré pour votre domaine que vous pourrez utiliser pour recevoir des paiements
- Les paiements peuvent être retirés sur votre compte bancaire lié
- La page de paiement peut être personnalisée pour inclure votre logo, la description du paiement et les conditions.

ENJEUX

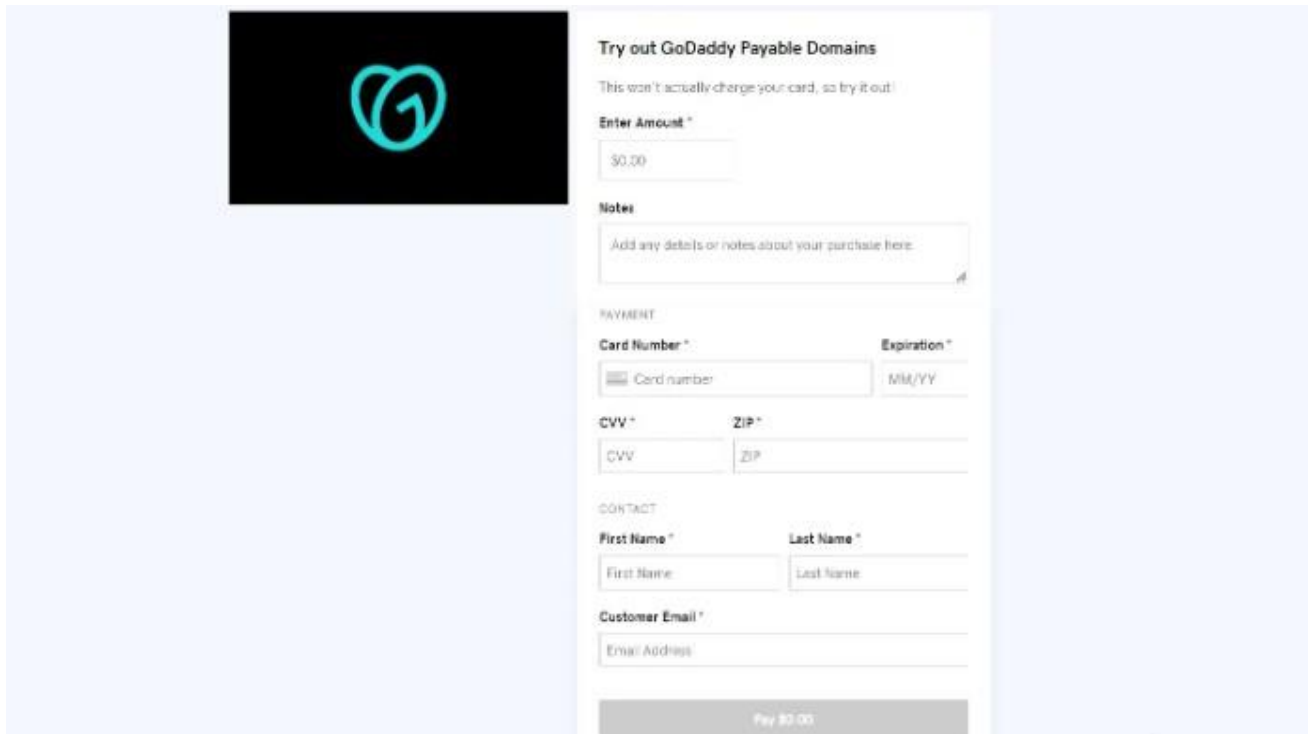
- **Apporter une meilleure centralisation des opérations de gestion :** GoDaddy Payments s'intègre parfaitement aux sites Web et aux sites WordPress. Cela signifie que les clients peuvent gérer les commandes, les paiements et les remboursements, ainsi que tous les autres aspects de leur activité en ligne, à partir d'un tableau de bord intuitif.
- **Innover à partir de la technologie sécurisée des noms de domaines :** Les domaines ont été largement utilisés comme identité numérique pour les entreprises, mais avec cette nouvelle capacité de commerce, nous voyons le nom de domaine prendre un rôle beaucoup plus polyvalent pour les petites entreprises émergentes. Le domaine payant sert en fin de compte d'outil innovant et rentable pour les entrepreneurs qui acceptent les paiements en ligne avant même de créer un site Web.

MISE EN PERSPECTIVE

- GoDaddy Payments est construit à l'aide de la technologie et des équipes [acquises auprès de Poynt](#) en décembre 2020.

- La technologie des liens de paiement a connu un fort engouement avec l'open banking. [Market Pay](#) propose ainsi depuis février dernier une solution omnicanale de paiement à destination des entreprises pour simplifier le paiement mobile, avec les liens de paiement accessibles via QR codes.
- Ou encore celle de Bridge, [Pay by Link](#), présentée comme une offre clé-en-main qui permet aux entreprises de générer des liens de paiement pour recevoir des fonds instantanément.

Source : [Communiqué de Presse](#)



The image shows a screenshot of a payment form on the GoDaddy website. On the left, there is a black square with a glowing cyan logo that resembles a stylized 'G' or a heart shape. The main form is titled "Try out GoDaddy Payable Domains" and includes the following sections:

- Header:** "Try out GoDaddy Payable Domains" and a sub-header "This won't actually charge your card, so try it out!"
- Enter Amount *:** A text input field containing "\$0.00".
- Notes:** A text area with the placeholder text "Add any details or notes about your purchase here:" and a small icon in the bottom right corner.
- PAYMENT:**
 - Card Number *:** A text input field with a card icon and the placeholder "Card number".
 - Expiration *:** A text input field with the placeholder "MM/YY".
 - CVV *:** A text input field with the placeholder "CVV".
 - ZIP *:** A text input field with the placeholder "ZIP".
- CONTACT:**
 - First Name *:** A text input field with the placeholder "First Name".
 - Last Name *:** A text input field with the placeholder "Last Name".
 - Customer Email *:** A text input field with the placeholder "Email Address".
- Payment Button:** A grey button at the bottom with the text "Pay \$0.00".

Adyen ajoute le Click to Pay à son interface de paiement en ligne

E-commerce – International – 03/03/2023

La plateforme mondiale de technologie financière pour les grandes entreprises, annonce rendre disponible la fonctionnalité Click to Pay pour les paiements en ligne. Véritable première sur le secteur, cette fonctionnalité sera disponible sur l'ensemble des marchés adressés par la société.

LES FAITS

- Click to Pay est basé sur les spécifications [EMV](#) et est pris en charge par les principaux systèmes de cartes, tels que Visa et Mastercard, et des millions de clients dans le monde sont déjà inscrits
- Click to Pay stocke les informations de paiement et d'expédition des utilisateurs pour offrir une expérience de paiement en ligne plus rapide avec les marchands partenaires.
- Une fois que le client a créé un compte, il peut utiliser Click to Pay, qui se présente comme suit:
 - Le client est identifié par e-mail ou par téléphone.
 - Ils sont vérifiés à l'aide d'un OTP ou d'un appareil reconnu.
 - Le client a accès à ses cartes stockées et peut les voir à l'écran.
 - Ils choisissent leur carte préférée et effectuent le paiement en quelques secondes.

ENJEUX

- **Augmenter les taux de conversion** : [58% des acheteurs](#) terminent leurs paiements en entrant manuellement les détails de leur carte et [55% abandonnent leur panier](#) s'ils doivent saisir à nouveau leur carte de crédit ou leurs informations d'expédition. Cela a un impact important sur les revenus provenant des paiements en ligne. L'optimisation des taux de conversion est la raison d'être d'acteurs comme Adyen. Et, les points d'amélioration sont des marqueurs forts sur lesquels se porte la compétition entre ces acteurs.
- **Fluidifier le parcours de paiement** : La méthode de récupération des données élimine le fardeau de la saisie manuelle de la carte au stade du paiement, garantissant une expérience d'achat plus rapide, transparente et sécurisée. Adyen permet désormais aux acheteurs inscrits de contourner la saisie de données lors du paiement en ligne et d'effectuer la transaction en quelques clics, ce qui simplifiera l'expérience de paiement globale sur tous les appareils et navigateurs.

MISE EN PERSPECTIVE

- Avec le développement de l'open banking, une menace se profile pour les schémas cartes dans l'adoption du paiement par virement bancaire. Celui-ci offre de nombreux avantages parmi lesquels l'achat en un clic. C'est l'une des raisons, qui a poussé [ces acteurs à se rapprocher autour du standard EMVCo](#) qui porte cette solution Click to Pay.
- L'un des pionniers de cette nouvelle tendance du paiement de compte à compte est [GoCardless, qui vient d'annoncer le lancement d'une API](#), permettant d'intégrer très facilement cette fonctionnalité de paiement par virement et l'accès à son schéma de paiement international.
- DNA Payments une fintech britannique qui fournit des services d'acquisition et des solutions d'acceptation de paiement par carte aux détaillants en magasin, en ligne et via mobile, a annoncé un partenariat avec Mastercard pour offrir des services Click to Pay aux commerçants du Royaume-Uni et de l'Europe.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Adyen et le GIE CB lancent une solution de mise à jour automatique des données bancaires

Paiement – France – 16/03/2023

Adyen et le groupement économique des Cartes Bancaires (CB) lancent MDC (Mise à jour des données Carte CB), une solution conçue pour optimiser l'expérience client et accompagner la croissance des e-commerçants. Deezer est le premier acteur en France à bénéficier de cette fonctionnalité. Une solution qui sera accessible à tous les acteurs du marché utilisant CB à partir de juillet 2023

LES FAITS

- Adyen élargit son offre et annonce le lancement d'une nouvelle fonctionnalité développée en partenariat avec Cartes Bancaires (CB).
- MDC (Mise à Jour des Données Carte CB) permet la mise à jour automatique des données bancaires des clients sur les sites marchands à l'expiration de leur carte bancaire.
- Adyen est le premier prestataire de services de paiement (PSP) à proposer cette fonctionnalité.
- Deezer est en le premier acteur en phase pilote de février à juin 2023.
- L'offre devrait être disponible sur tous les acteurs du numérique à partir de juillet 2023.
- Cette fonctionnalité est 100 % sécurisée et n'entraîne pas de frais supplémentaires pour les e-commerçants.

ENJEUX

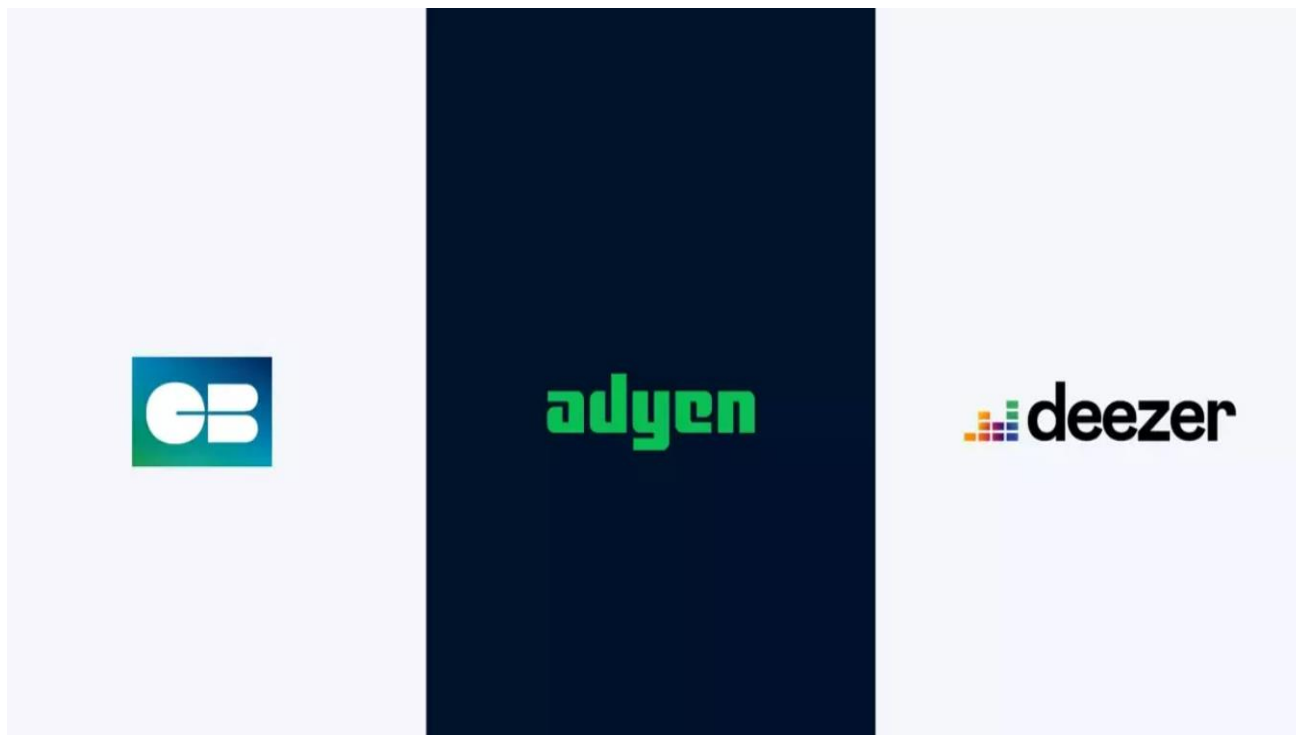
- **Augmenter le taux de transformation et réduire le taux de churn** : grâce à l'automatisation de la mise à jour des cartes, les e-commerçants bénéficient d'un meilleur taux de conversion. Les clients finaux n'ont plus besoin de ressaisir leurs nouvelles coordonnées bancaires, ce qui garantit la continuité des parcours dans le cadre de paiement one-click.
- **Une solution pour soutenir le modèle économique de l'abonnement** : MDC CB est conçu pour les acteurs opérant dans l'économie des abonnements, qui ont des défis principalement liés aux taux de désabonnement. Un payeur qui doit mettre à jour manuellement les informations de sa carte sur tous les sites enregistrés provoque souvent des interruptions de son service et donc de son abonnement.
- **Une phase pilote mise en place chez Deezer** : pour tester cette nouvelle offre, Adyen et Cartes Bancaires se sont tournés vers Deezer France, ancré dans l'économie de l'abonnement et internationalement connu. Deezer peut désormais assurer la continuité des abonnements de ses utilisateurs à l'expiration de leur carte bancaire et leur offrir ainsi une expérience utilisateur fluide.

MISE EN PERSPECTIVE

- Au-delà de l'extension de sa plateforme, MDC CB s'inscrit dans l'ambition d'Adyen d'accompagner le développement des acteurs du e-commerce en France et à l'international. Récemment, Adyen a lancé plusieurs initiatives telles que :
 - En mars 2023, [Adyen a ajouté le Click to Pay à son interface de paiement en ligne](#)
 - En octobre 2022, [Adyen a noué un partenariat avec Tink, visant à créer une nouvelle solution pay-by-bank associant le paiement à l'Open Banking.](#)
- Du côté de CB, [l'acteur a communiqué quelques chiffres sur 2021 par le biais de son Observatoire](#) :

- 73,9 millions de cartes CB en circulation
 - 6,3 milliards de paiements sans contact
 - 49 987 DAB
 - 2,1 millions de contrats commerçants CB
 - 13,2 milliards de paiements soit un volume de 535 milliards d'euros
 - +65% de la consommation courante des ménages en France réglée avec une carte CB
- Selon [une étude d'IBM, le churn involontaire affecte de nombreux clients SaaS](#) :
- Dans cette étude, 16% répondants ont signalé que leur abonnement avait été annulé parce qu'ils avaient oublié de mettre à jour leurs informations de paiement.

Source : [Communiqué de Presse](#)



SumUp lance Kiosk une borne de commande reliée à un TPE

Paiement – Royaume-Uni – 23/03/2023

SumUp a lancé sa nouvelle solution "Kiosk", qui vise à améliorer la rapidité de traitement des commandes des marchands. Elle vise à prendre en charge les petits restaurants et les stades, pour leurs faire économiser du temps et de l'argent.

LES FAITS

- La solution "Kiosk" permet aux clients de commander, payer et retirer leurs commandes via des bornes libre-service, la formule est à partir de 49 £.
- La solution de borne est entièrement personnalisable et avec des options intégrées pour différents points de paiement et de vente, tout en offrant la possibilité d'une gestion à distance de la solution.
- Cette solution propose également différentes fonctionnalités comme :
 - vérifier l'inventaire en temps réel et retirer les produits de la vente dès qu'ils sont épuisés,
 - mettre à jour plusieurs kiosques à la fois,
 - utiliser la puissance de l'intelligence artificielle pour faire de l'up-sell et augmenter le panier moyen,
 - se connecter aux écrans de la cuisine pour transmettre directement la commande.
- Les clients vont des petits restaurants à fort chiffre d'affaires aux stades accueillant de grands événements musicaux et sportifs :
 - Plusieurs stades et sites ont déjà mis en place la solution à travers le Royaume-Uni, notamment le Leicester City Football Club, le Cardiff City Football Club et le Leicester Tigers RFC.

ENJEUX

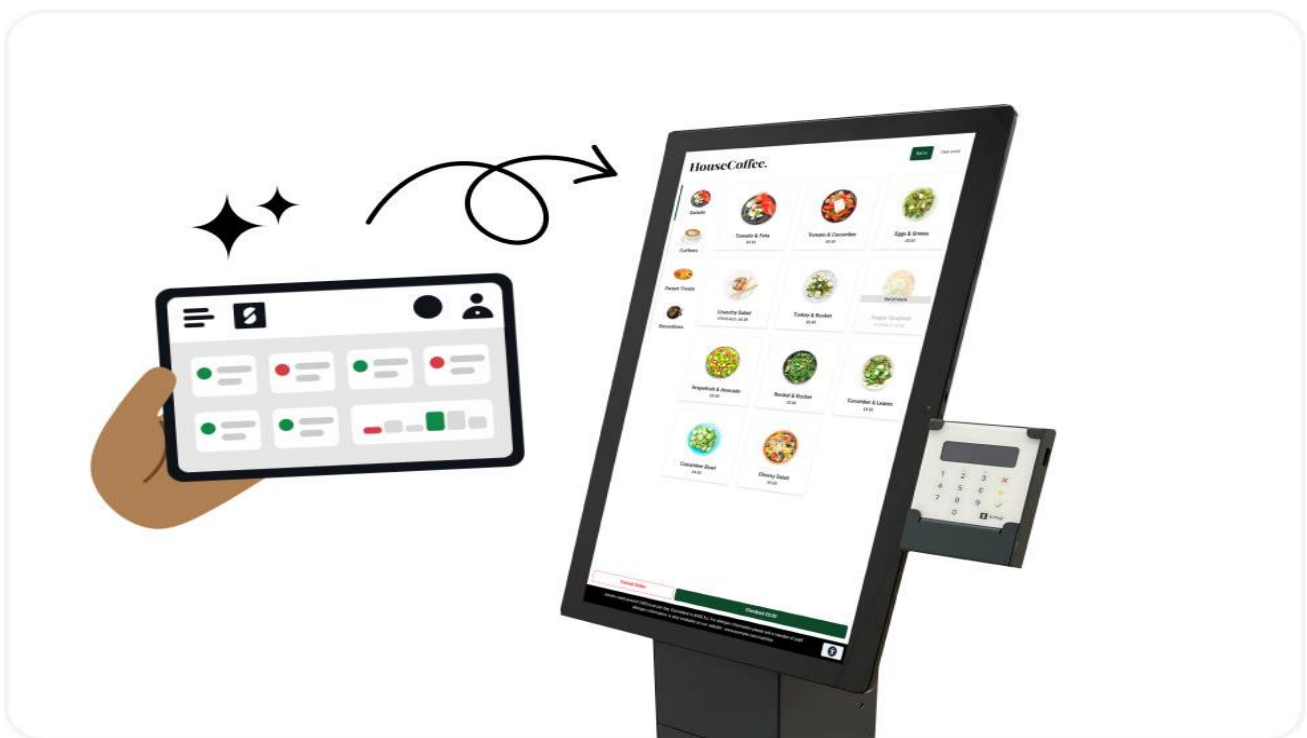
- **Simplifier et accélérer le paiement des consommateurs** : les clients reçoivent leurs commandes plus rapidement de manière simple et sécurisée, tandis que les commerçants peuvent se concentrer davantage sur d'autres opérations commerciales, comme assigner les ex-caissiers à la préparation des commandes.
- **S'adapter aux nouveaux besoins des utilisateurs, notamment sur le paiement sans contact** : étant donné que de nombreux clients préfèrent les processus de commande sans contact où l'interaction est minimale mais rapide, l'objectif de SumUp était de permettre aux entreprises de répondre aux besoins des consommateurs.
- **Augmenter le panier moyen et les volumes de ventes** : un kiosque de commande en libre-service augmente généralement la taille du panier, donnant au client la possibilité de choisir comment il souhaite passer sa commande. Selon SumUp, les bornes de commande en libre-service augmentent généralement la taille du panier jusqu'à 30 %.

MISE EN PERSPECTIVE

- Après la pandémie, force est de constater que les habitudes de consommation ont changé. La commande et le service sans contact sont désormais privilégiés, et selon [une étude de Revenue Management Consultants LLC](#), les résultats montrent que la génération Y et la génération Z préfèrent la commande sans contact avec une interaction minimale mais rapide et sans friction.

- Selon [un rapport de Business Insider](#), McDonald's a enregistré une augmentation de 5 à 6 % de ses ventes un an seulement après avoir déployé ces appareils pour offrir aux clients une meilleure expérience numérique. Le [marché mondial des bornes de commande en libre-service devrait atteindre 45,7 milliards de dollars d'ici 2026, selon cette même étude](#).
- Alors que le "Kiosk" SumUp est le dernier ajout à l'écosystème de produits en pleine croissance de l'entreprise. L'étendu de sa gamme comprend :
 - L'offre d'abonnement [multi-produits SumUp One](#),
 - un [point de vente POS Lite d'entrée de gamme](#) pour les petites entreprises et les entreprises,
 - la solution de paiement [Magic Pay](#) qui permet aux clients de fractionner leurs factures et de payer en scannant un code QR à la table de manière individuelle,
 - Le [POS Pro](#), qui a été créé pour le traitement simultané des commandes.

Source : [Site Officiel](#)



Checkout.com lance l'émission de cartes virtuelles et physiques

Paiement B2B – International – 31/03/2023

La start-up Fintech Checkout.com, mieux connue pour ses services de traitement des paiements, a annoncé un nouveau produit. Les clients peuvent désormais créer des cartes de paiement pour leurs propres clients.

LES FAITS

- La société teste depuis un certain temps l'émission de carte de Checkout.com et des millions de cartes ont déjà été créées à l'aide du nouveau service.
- Checkout.com prend en charge non seulement les cartes physiques, mais également les cartes virtuelles qui peuvent être utilisées plusieurs fois et désactivées après le premier paiement.
- L'émission de cartes de Checkout.com repose sur des API ouvertes et flexibles qui permettent aux entreprises de créer des programmes de cartes sur mesure, d'améliorer les flux de trésorerie et de débloquer de nouvelles opportunités de revenus.
- Par exemple, les clients peuvent facilement créer des règles personnalisées pour automatiser les mouvements d'argent et mettre des montants spécifiques sur leurs cartes.

ENJEUX

- **Prendre part dans les commissions d'interchanges** : l'émission de carte est également une opportunité commerciale pour les entreprises fintech. Lorsqu'une personne paie avec une carte, les frais de transaction par carte sont partagés entre la banque du commerçant, le système de carte (comme Visa ou Mastercard) et l'émetteur de la carte (dans ce cas, Checkout.com), Checkout.com partage une part des frais d'interchanges avec ses clients.
- **Attirer de nouveaux clients** : l'émission de cartes et la finance intégrée ont explosé ces dernières années alors que des secteurs tels que les voyages en ligne, les marketplaces et les services bancaires numériques utilisent les paiements pour rester au cœur de la vie financière de leurs clients.
- **Offrir une flexibilité de paiement aux consommateurs** : de nombreuses industries utilisent l'émission de cartes pour effectuer des paiements instantanés auprès de divers commerçants. Tant que le commerçant accepte les paiements par carte, la carte servira d'interface de paiement.

MISE EN PERSPECTIVE

- Par exemple, [Jow, une application de planification de repas qui crée des listes de courses pour les ingrédients](#), utilise Checkout.com Issuing pour créer des cartes virtuelles à usage unique qui peuvent être utilisées pour faire des courses sur le point de vente.
- Les entreprises de livraison à la demande telles que DoorDash et Uber Eats s'appuient sur des cartes [émises par des entreprises telles que Marqeta pour permettre aux partenaires de livraison d'acheter des produits sans utiliser leurs propres fonds](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Paielement fractionné - BNPL

Western Union s'allie à Beforepay pour la nouvelle fonctionnalité Send Now, Pay Later

Paielement Transfrontalier – Australie – 01/03/2023

Western Union et Beforepay ont annoncé un partenariat permettant aux Australiens de payer en plusieurs fois des transferts d'argent après avoir envoyé la somme au bénéficiaire. Une initiative originale qui montre à nouveau l'impact du paielement fractionné sur de nombreux services financiers.

LES FAITS

- Western Union s'associe à Beforepay pour offrir à ses clients australiens une facilité de paielement à court terme.
- L'outil « Envoyer maintenant, payer plus tard » utilise la technologie de Beforepay, qui permet aux utilisateurs "d'emprunter" jusqu'à environ 1 400 dollars pour effectuer un transfert via Western Union.
- L'inscription au service prend quelques minutes et les utilisateurs peuvent rembourser le montant en plusieurs versements.
- L'expéditeur s'acquitte d'une commission de 5 % du montant envoyé pour bénéficier de cette flexibilité.

ENJEUX

- **Augmenter le montant des transferts d'argent des utilisateurs australiens et répondre à un véritable besoin :** Western Union estime que 44 % des consommateurs australiens aimeraient une option pour envoyer maintenant, payer plus tard. Cette nouvelle fonctionnalité répond donc avant tout à une demande formulée par les clients.
- **Rendre les services financiers accessibles partout dans le monde :** le partenariat avec Beforepay est une étape supplémentaire vers cette mission de fournir aux clients un accès à des ressources supplémentaires pour envoyer de l'argent aux familles et aux communautés dans le monde.
- **La généralisation de la flexibilité dans les paiements.** Cette nouvelle initiative montre à quel point le paielement en n fois s'est diffusé dans tous les services financiers pour proposer plus de flexibilité à tous les niveaux. Ici, l'idée n'est pas d'encourager les emprunts pour financer un transfert, mais plutôt d'offrir une possibilité d'étaler ces paiements pour fluidifier le marché des transferts d'argent.

MISE EN PERSPECTIVE

- Western Union fondée en 1851 permet de faire des transferts d'argent internationaux dans plus de 130 devises vers plus de 200 pays et territoires. En août dernier, [Western Union a élargi son partenariat avec Visa pour lancer Visa Direct à ses clients américains](#).
- Beforepay compte environ 750 000 utilisateurs pour ses petits prêts. La société [facture des frais de 5% pour son produit principal, mais ne facture aucun intérêt, frais de retard ou pénalités](#). Le montant moyen des petits prêts est de 275 \$ (soit 400 \$ AUD) et est remboursé en moyenne en trois à quatre semaines.

Source : [Site Officiel](#)



Aria, une nouvelle fintech française se lance sur le BNPL B2B

Paiement Fractionné – France – 09/03/2023'

Pour accélérer son développement, Aria lève 50 millions d'euros en dette auprès du fond institutionnel britannique M&G, un investisseur européen de premier plan.

LES FAITS

- La start-up créée début 2020, à l'origine pour permettre aux freelances de bénéficier d'une rémunération fixe, lance une solution de financement des factures à destination des indépendants, PME et TPE.
- Aria lève 50 millions d'euros de capacité de financement auprès du fond institutionnel britannique M&G.
- Aria est la première fintech française à collaborer avec le fond institutionnel britannique, réputé pour être très sélectif.
- Sa start-up met à disposition des entreprises un logiciel pour simplifier la facturation. Et surtout, leur permet d'avancer les fonds pour payer leurs recrues en freelance.
- Aria revendique une croissance mensuelle de 18 % et ses clients font appel à quelque 8.500 indépendants.
- L'entreprise s'adresse directement aux marketplaces de mise en relation BtoB. Elle compte parmi ses clients des sociétés comme Malt, Staffme ou Proprioo.
- La startup recrute ambitieusement de recruter 15 personnes en 2023 pour ses départements de technologie et de produits, d'opérations et de finances, ainsi que de marketing et de ventes

ENJEUX

- **Un avantage concurrentiel sur le marché des PME et TPE :** Aria entend permettre aux entreprises de rémunérer leurs freelances en 24h, et les aider par la même occasion à se démarquer dans un contexte de pénurie de talents. Concrètement, Aria avance les frais pour rémunérer les prestataires au plus vite, sur le modèle du Buy Now, Pay Later, en attendant que l'entreprise cliente puisse payer.
- **Une extension de son business model :** A l'origine, Aria proposait les avances directement aux indépendants, en leur versant un salaire fixe censé lisser leurs revenus sur plusieurs mois. Elle se fait ensuite rembourser par les entreprises (sous 30, 40 ou 60 jours), monnayant une commission sur chaque paiement (entre 1 et 4 %) ainsi qu'un frais fixe par freelance, entre 5 et 20 euros selon les entreprises. Fort de son ancrage auprès de ces entreprises, la jeune pousse étend son offre de financement au paiement des factures.
- **Un marché porteur :** L'Hexagone compte plus de trois millions d'indépendants selon l'Insee. « Il y a de plus en plus de freelances, en particulier depuis la pandémie et l'essor du télétravail. Aussi, en période de crise, les entreprises ont tendance à davantage faire appel à ces profils.

MISE EN PERSPECTIVE

- En douze mois, Aria a multiplié son volume d'affaires par 20 en dépassant le cap des 100 millions d'euros en termes de financement pour ses clients.
- Dans cette galaxie, on peut aussi noter [Defacto, une fintech financée à hauteur de 3 millions d'euros](#), qui propose une offre simplifiée de crédit aux PME.

- Le marché du BNPL B2B est un marché très large qui attire également des acteurs sur le segment des plus grosses PME et des grandes entreprises. C'est le cas d'Allianz Trade qui a signé plusieurs partenariats ces derniers mois avec [Pledg](#), [Santander et Two](#) et plus récemment [Fintecture](#).

Source : [Site Web](#)



Aria

La Banque Postale restructure son offre de BNPL à la suite du rachat de Joe

Paiement fractionné – France – 17/03/2023

[La Banque Postale](#) vient d'officialiser le rachat de la technologie de la FinTech française Joe, spécialiste du [BNPL](#) (Buy Now Pay Later). Cette acquisition représente une nouvelle étape stratégique dans le cadre du [positionnement](#) de la banque française sur un marché toujours considéré comme à fort potentiel.

LES FAITS

- Le rachat de la technologie de Joe est opéré via Django, la filiale de crédit à la consommation de La Banque Postale Consumer Finance. S'il date réellement de novembre 2022, La Banque Postale communique aujourd'hui sur l'intégration effective de l'offre au sein de son groupe.
- Joe sera ainsi directement intégré à l'offre de Django. Mais contrairement à cette marque B2B2C, elle s'adressera pour sa part directement aux consommateurs finaux, avec la promesse de leur proposer une solution flexible, simple et responsable.
- L'offre B2C de Django devrait ainsi prendre la forme d'une application de paiement fractionné similaire à celle déployée par Joe jusqu'ici. Cette dernière est basée sur :
 - le remboursement des dépenses ultérieures (dans la limite des 30 derniers jours),
 - l'émission de carte virtuelle pour payer des achats en plusieurs fois.
- Joe "rembourse" des dépenses allant de 100 à 3000 euros, avec des limites de montants fixées de manière personnalisée en fonction de la capacité d'endettement de chaque client. Le service est soumis à 2,5 % de commission.
- Les équipes de Joe (composée d'une quinzaine de salariés) sont reprises dans leur ensemble dans le cadre de ce rachat.

ENJEUX

- **Renforcer une offre existante** : La Banque Postale s'était donc déjà positionnée sur le marché du BNPL avec Django. Lancée en mars 2022, Django opère réellement ses activités depuis juillet dernier et compte actuellement près de 150 commerçants partenaires.
- **Capitaliser sur un acteur innovant** : La Banque Postale souligne, par ce rachat, son ambition de travailler en lien avec les FinTechs prometteuses. Joe était lancée pour sa part en janvier 2021 et rassemble aujourd'hui plus de 200 000 utilisateurs et près de 500 commerçants partenaires.
- **Défendre ses efforts en matière d'incubation** : Joe a été incubée au sein de l'accélérateur international Y Combinator, mais est aussi passé par l'incubateur FinTech et AssurTech [platform58](#), lancé par La Banque Postale elle-même en 2019.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les solutions de BNPL étaient présentées à leur lancement comme une alternative plus responsable aux offres de crédit à la consommation classiques. Or leur essor aura finalement permis de lever le voile sur un fait concret : bien qu'alternatives, ces solutions font elles aussi courir un risque de surendettement à leurs clients les plus fragiles.

- Afin de limiter les dérives, les représentants du Parlement européen, du Conseil et de la Commission de l'Union européenne ont conclu un [accord](#) sur le nouvel encadrement européen des crédits aux consommateurs fin 2022. Une réglementation qui ne change rien au fait que le BNPL est aujourd'hui intégré au côté des offres historiques, comme une solution de financement à part entière pour les consommateurs.

Source : [Communiqué de Presse](#)



La startup française Elyn invente le paiement décalé

Paiement fractionné – France – 10/03/2023

Après le paiement fractionné, Elyn, une start-up française, propose une nouvelle solution pour permettre à un client de passer une commande et d'être prélevé du montant de l'achat de manière décalée. Objectif : lui permettre d'essayer avant d'acheter. Pour ce faire, Elyn va agir sur deux factures : l'amélioration de la gestion des retours pour l'e-commerçant et l'ajout d'options de flexibilité supplémentaires pour le client, dans le choix des produits et dans le paiement.

LES FAITS

- La start-up française née en 2022 débarque avec un nouveau concept fraîchement ramené des Etats-Unis : associer le *Try before you buy* - Essayer avant d'acheter - avec la possibilité d'échanger un article lors du retour, au lieu de devoir faire deux transactions (un retour pour l'article qui n'est pas de la bonne taille par exemple, et une nouvelle commande pour l'obtenir dans une autre taille).
- Pour accélérer, Elyn lève 2,5 millions d'euros auprès de Headline et Arc, le programme Seed et Pre-Seed de Sequoia Capital, avec la participation de business angels comme Motier Ventures (Family Office des propriétaires des Galeries Lafayette), Michaël Benabou (Veepee & Financière Saint James) ou encore Marc Ménasé (Founders Future).
- La société propose une plateforme de gestion des retours, ce qui permet aux e-marchands de proposer à leurs clients différentes modalités de retour et des échanges de produits instantanés.
- Le client va avoir 5 jours pour essayer et 3 jours pour renvoyer la commande, afin que le retour en stock se fasse le plus rapidement possible pour le marchand.
- En un an, la start-up a conquis une vingtaine d'e-commerçants, comme The Bradery, Noliju, Flair, Paul & Joe, Maison Labiche, Bott...
- Elle s'est entourée principalement de spécialistes techniques ayant fait leurs preuves dans d'autres jeunes pousses françaises : [Alan](#), [Pennylane](#), [Spendesk](#).

ENJEUX

- **Démocratiser le "try before you buy"** : aujourd'hui, cette fonctionnalité est connue des seuls clients de Zalando et d'Amazon Prime, les deux e-commerçants à proposer cette option, qui exige de la part du commerçant une gestion des retours très efficace et souvent coûteuse. L'idée d'Elyn est de démocratiser cette solution qui offre une valeur ajoutée importante pour le client final, en simplifiant drastiquement le processus pour le commerçant.
- **Une solution globale pour adresser le *pain point* de l'essayage en ligne** : Ce qui différencie Elyn, c'est le fait d'avoir construit une solution holistique dès le départ, contrairement aux géants du paiement qui n'ont que très récemment fait le choix d'acquiescer des solutions de gestion des retours.
 - Dans l'e-commerce, les taux de conversion sont 10 fois plus faibles qu'en magasin (70 % des paniers sont abandonnés).
 - Selon l'IFOP, 68 % des Français ont déjà retourné leurs achats en ligne, ce qui place la France sur le podium des pays européens qui enregistrent le taux de retour le plus élevé.
 - 20 % des clients essaient les articles avant de les acheter avec Elyn.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le marché du BNPL continue à croître fortement. On estime que le marché devrait s'établir à près de 25 milliards d'euros en France en 2025, alors qu'il atteignait les 6 milliards d'euros en 2019, selon les chiffres du cabinet Xerfi.
- Pour exister sur ce marché, les entreprises se démarquent en proposant du [BNPL en marque blanche](#) pour permettre aux banques de reprendre leur place d'intermédiaire financier. D'autres se sont engagées dans une version plus inclusive et responsable du BNPL, appelée [SNBL \(Save Now Buy Later\)](#) comme la startup indienne Multipl.
- La problématique des retours est également, avec le sujet du dernier kilomètre, l'un des points épineux pour rendre le parcours e-commerce parfaitement fluide. L'un des premiers acteurs à s'être intéressé au problème était le géant du paiement en ligne [PayPal](#), qui a racheté la startup [Happy Returns](#) en 2021, dont le service permet de retourner des achats en ligne dans des boutiques physiques. Le concept d'Happy returns était de ré-humaniser les retours en s'appuyant sur un réseau de points de dépôts auprès desquels les acheteurs peuvent directement retourner leurs produits pour se faire rembourser ou procéder à un échange.

Source : [Site Officiel](#)

Vendez avec Elyn et boostez vos ventes e-commerce

- +30% de conversion
- +20% panier moyen
- 40% des retours transformés en échanges

Je veux essayer →

The advertisement features a yellow background with three data points in colored boxes: a dark grey box for '+30% de conversion', a blue box for '+20% panier moyen', and a white box for '40% des retours transformés en échanges'. To the right, a tablet displays a product page for jeans with a 'Ajouter au panier' button and a 'Essayer avant d'acheter avec Elyn' banner. At the bottom, a yellow button with a right-pointing arrow says 'Je veux essayer'.

BNP Paribas s'appuie sur Hokodo pour lancer une solution Buy Now, Pay Later B2B

Paiement – B2B – 21/03/2023

Aujourd'hui, Hokodo, en partenariat avec le groupe bancaire BNP Paribas, propose une solution B2B de Buy Now Pay Later (BNPL). Elle permet aux grandes multinationales de proposer à leurs clients professionnels cette alternative de paiement.

LES FAITS

- Hokodo apporte de la flexibilité et une plate-forme technologique au partenariat, complétées par l'expertise et la solidité financière de BNP Paribas.
- La solution B2B Buy Now, Pay Later offre une expérience 100 % numérique et s'intègre facilement aux systèmes de caisse existants via l'API.
- La solution fournit :
 - Une approbation instantanée de l'acheteur grâce à un crédit scoring en temps réel basé sur un modèle de souscription configurable et un taux d'acceptation qui s'adaptent à l'activité du vendeur B2B, en fonction de :
 - son secteur d'activité
 - de la typologie de clients
 - Le financement,
 - L'assurance-crédit et la fraude,
 - Le recouvrement par mandat électronique et la relance.

ENJEUX

- **Offrir une solution tout-en-un de leur chaîne de valeur sur le paiement** : avec l'essor des ventes B2B numériques, les vendeurs B2B exigent une expérience simplifiée et centralisée de la commande au paiement.
- **Offrir un parcours client sans friction** : les retailers veulent recevoir les paiements en temps réel sans se soucier du risque de crédit ou de la fraude, tout en offrant à leurs acheteurs une expérience d'achat fluide et des conditions de crédit favorables via n'importe quel canal.
- **Offrir une facilité de paiement pour augmenter les taux de transformation et le panier moyen** : avoir un impact positif tangible sur les ventes, encourager les clients fidèles et augmenter le panier moyen.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les détaillants d'aujourd'hui attendent que les acteurs fournissent des solutions de paiement transparentes pour stimuler les taux de conversion et le panier moyen. Récemment, [Ayden et le Groupe Bancaire CB se sont concentrés sur la problématique du business model de l'abonnement avec le renouvellement automatique des données des cartes bancaires pour réduire le taux de désabonnement des clients](#), et ainsi offrir une expérience de paiement sans friction.

- Par ailleurs, dans le cadre du credit scoring, la nouvelle offre de [MiTrust et d'Algoan a récemment confirmé l'importance de la transparence des données et la possibilité de laisser le choix aux consommateurs dans les transferts de données entre acteurs, pour une expérience client améliorée.](#)
- On constate que le marché du BNPL est toujours dynamique et que son business model est étroitement lié à celui des business models de l'abonnement et de location de biens de consommation. La notion de propriété est bousculée par de nouveaux usages. Des offres commencent à naître à la convergence de ces deux catégories, telles que :
 - De la start-up française [Elyn, qui offre une solution permettant aux clients de commander et de déduire progressivement le prix d'un achat.](#) Le concept est d'essayer avant d'acheter (Try Before You Buy).
 - Ou encore, l'entreprise [Menone, surfant sur la location de vêtement, avec la possibilité d'en louer sur une durée maximum de 7 mois, entremêlé avec la possibilité d'acheter, une offre à cheval entre le BNPL, la location et l'abonnement.](#)

Source : [Communiqué de Presse](#)



Open Payment & Services de mobilité

Mercedes introduit la validation biométrique des paiements dans ses véhicules

Mobilité – Allemagne – 07/03/2023

Mercedes a déjà son propre système de paiement, Mercedes Pay, qui permet aux utilisateurs d'acheter des articles ou des services dans leur voiture. Aujourd'hui, le constructeur automobile s'est associé à Visa pour rendre le processus plus facile et plus largement disponible via la nouvelle fonctionnalité Mercedes Pay +. Une première européenne qui vise à simplifier encore plus les transactions au sein des véhicules.

LES FAITS

- Au lieu d'avoir à saisir un code PIN ou à utiliser un téléphone pour valider leur paiement, Mercedes Pay + permet une authentification grâce à un scan d'empreintes digitales.
- La solution d'authentification s'appuie sur la technologie Visa Cloud Token Framework.
- Les premiers modèles disponibles dotés de capteurs d'empreintes digitales sont les séries EQS et EQE, la Classe S, la Classe C et le GLC.
- Les titulaires d'une carte Visa peuvent utiliser le paiement dans leur véhicule voiture en associant leur carte à leur compte utilisateur Mercedes me et en activant Mercedes pay+ via MBUX (Mercedes Benz User Experience, le système multimédia connecté dévoilé lors du CES l'année dernière).
- Les tokens Visa Cloud offrent une couche de sécurité supplémentaire en cryptant les informations de paiement sensibles et en les stockant en toute sécurité.
- Mercedes envisage déjà un déploiement plus large dans d'autres pays européens dès cette année.

ENJEUX

- **Un nouveau pas vers le paiement embarqué en simplifiant l'expérience conducteur :** Le véhicule lui-même permet désormais l'authentification biométrique à deux facteurs en conjonction avec le capteur d'empreintes digitales. Il n'est plus nécessaire de saisir un code PIN sur le système embarqué ou d'utiliser un appareil mobile supplémentaire pour vérifier un paiement dans la voiture. Au lieu de cela, la voiture elle-même se transforme en un dispositif de paiement, comme cela commençait à être le cas dans les initiatives vues précédemment.
- **Passer du véhicule connecté au véhicule à la demande.** Mercedes Pay+ peut être utilisé pour payer divers services numériques tels que des fonctions de navigation améliorées, le stationnement à distance commandé par smartphone (Remote Parking Assist), ou encore des mises à niveau matérielles à la demande du véhicule (direction de l'essieu arrière avec un angle de braquage plus grand par exemple). À terme, les paiements seront étendus à d'autres services liés à la voiture, tels que le ravitaillement et le paiement du carburant. Cette dernière fonction devrait être la plus utilisée au cours des cinq prochaines années, représentant 48 % des transactions en volume selon Juniper Research.

MISE EN PERSPECTIVE

- D'ici 2026, 4,7 milliards de transactions de paiement embarquées sont attendues dans le monde (toujours selon Juniper).
- Dans certains pays, le constructeur allemand BMW fait payer ses clients sous la forme d'un abonnement mensuel pour bénéficier de certaines options. Pour avoir accès aux options déjà intégrées dans le véhicule, il faut donc régler tous les mois un abonnement pendant une durée d'un mois, un an ou trois ans. Une pratique inaugurée par BMW avec le CarPlay en 2018. L'étape de paiement au sein du véhicule est donc un contexte complémentaire à adresser par le constructeur.
- Plus récemment, Ford a déposé une demande de brevet pour une application qui permet au système de commencer à verrouiller des caractéristiques spécifiques avant de reprendre entièrement possession du véhicule si nécessaire.
- Enfin, rappelons que le paiement du plein d'essence (ou de la recharge pour les VE) a fait l'objet de nombreuses innovations visant à simplifier le parcours de paiement. C'est par exemple le cas du paiement de la recharge avec Alexa, par commande vocale, proposée récemment [par EVgo](#).

Source : [Communiqué de Presse](#)



Identité Numérique

MasterCard, acteur certifié de l'identité au Royaume-Uni

Identité Numérique – Royaume-Uni – 22/03/2023

Le géant du paiement par carte [MasterCard](#) poursuit ses efforts en matière de diversification de ses activités, avec succès. Il vient en effet de recevoir une certification pour son service Digital ID de vérification des identités au Royaume-Uni. Un gage d'efficacité, de pertinence et une voie supplémentaire d'extension pour l'offre ID de MasterCard.

LES FAITS

- Mastercard compte donc comme un nouveau fournisseur de confiance de services d'identification numérique au Royaume-Uni.
- Le géant américain du paiement vient en effet de voir son service Digital ID certifié outre-manche par le Digital Identity and Attributes Trust Framework (DIATF). Il peut ainsi proposer son service d'identité numérique aux organisations britanniques.
- Ce dernier prend la forme d'une [application mobile](#) baptisée ID by MasterCard, accessible gratuitement au téléchargement. Il porte la promesse d'offrir à ses utilisateurs un nouveau moyen de prouver leur identité à de nombreuses occasions (pour réaliser un achat, louer un appartement, s'inscrire à une université ou justifier de leur identité au moment d'une embauche par exemple) directement depuis leur mobile.
- Pour démarrer l'expérience, les utilisateurs du service sont invités à :
 - télécharger l'application ID by MasterCard,
 - laisser la solution ID Verification de MasterCard reconnaître la SIM de son smartphone,
 - confirmer son numéro de téléphone et son numéro SNN (de sécurité sociale).
- Par la suite, pour valider son identité auprès des organisations qui le demanderont, l'utilisateur du service devra simplement confirmer les demandes via une notification envoyée sur son mobile et accessible depuis l'application ID by MasterCard.
- La certification de MasterCard sera réévaluée chaque année par des prestataires spécialisés qui vérifieront que le géant du paiement respecte bien les règles et standards fixés par la DIATF.

ENJEUX

- **Du paiement à la sécurité, il n'y a qu'un pas** : Le service Digital ID est présenté comme une solution sécurisée de bout en bout. MasterCard s'appuie en effet sur son réseau mondial, déjà capable de gérer des échanges de données de manière sécurisée et en toute confidentialité, pour proposer son nouveau service.
- **Concrétiser des efforts menés de longue date** : MasterCard travaille par ailleurs sur la thématique de l'identification depuis plusieurs années. Il annonçait notamment le lancement de plusieurs pilotes et partenariats internationaux en 2019. Parmi ses [opérations](#) d'ampleur, MasterCard a pu fournir une pièce d'identité à plus de 600 000 clients d'Optus, l'une des plus grandes sociétés de télécommunications d'Australie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Un acteur du paiement tel que MasterCard n'est pas le seul à travailler à sa diversification sur le thème de l'identification. Les géants de l'informatique et du [mobile](#) cherchent en effet aussi à tirer leur épingle du jeu sur ce thème.
- Apple permet ainsi de stocker des cartes de fidélité, des moyens de paiement, des cartes de transport, mais aussi des pièces d'identité dans son Wallet depuis un an. Les permis de conduire et cartes d'identité des habitants d'Arizona peuvent ainsi être stockés dans leur mobile, depuis qu'Apple a signé un [partenariat](#) avec l'état américain. Samsung et Microsoft comptent par ailleurs comme des partenaires de MasterCard pour le déploiement de ses services ID depuis plusieurs années.
- Et les acteurs bancaires ne sont pas non plus en reste. Natwest vient ainsi tout juste d'officialiser son partenariat avec le spécialiste britannique OneID, pour le lancement d'un service d'identité numérique, à destination des entreprises cette fois.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stratégies d'acteurs

Retour d'expérience : Klarna signe les plus grosses pertes de son histoire en 2022

Paiement Fractionné – International – 08/03/2023

Klarna, la fintech suédoise la plus valorisée d'Europe, boucle l'année 2022 avec une perte de 940 millions d'euros. Mais la société s'attend à réaliser des bénéfices en 2023 après avoir réussi à réduire ses coûts au cours du 4ème trimestre 2022. Le résultat d'une stratégie de retour à la rentabilité qui passe par une évolution de son modèle économique, une réduction de ses effectifs et un accent mis sur sa super-app. Une série de choix qui pourraient à terme s'avérer payants.

LES FAITS

- En 2022, Klarna a enregistré des pertes s'élevant, à 10,4 milliards de couronnes suédoises (940 millions d'euros), soit 47 % de plus que l'année précédente.
- Sa valorisation est passée de 46 milliards en 2021 à 6,7 milliards en juin 2022, soit une baisse de 85 %, dans une période très tourmentée pour la fintech.
- Elle a aussi connu une forte croissance de son volume annuel brut de transactions, passé de 689,1 milliards de SEK à 837,3 milliards de SEK.
- Klarna a également réussi à réduire ses coûts au T4 2022 : la fintech a annoncé en mai dernier la suppression de 700 postes, soit 10 % de ses effectifs.
- Sa perte nette s'est réduite à 182 millions de dollars au T4 2022, contre 441 millions de dollars à la même période en 2021.
- Enfin, Klarna annonce enregistrer 150 millions de clients dans le monde.

ENJEUX

- **Un effet post-covid** : comme d'autres entreprises de l'e-commerce, Klarna a profité de l'accélération liée à la pandémie de Covid-19 avant d'être frappée par l'effondrement du secteur de la tech et de la pression réglementaire mise sur le marché du paiement fractionné. Mais la société suédoise affirme qu'elle est sur la bonne voie pour retrouver un résultat positif dès 2023, ce que semble confirmer l'évolution de ses pertes dans le temps, depuis fin 2021. Il faut dire que l'entreprise a mis un frein à sa croissance, notamment à l'international ; elle a également travaillé son modèle de rentabilité, en ajoutant par exemple des pénalités de retard de remboursement au Royaume-Uni, pour limiter les impayés et tirer son modèle vers des comportements financiers plus sains. Enfin, elle a réduit nettement ses effectifs et a fait évoluer son modèle dans plusieurs pays pour se conformer à l'évolution prochaine de la réglementation.
- **L'inflation pousse les consommateurs à utiliser de plus en plus de solutions de paiement fractionné** : en raison de l'augmentation des prix, de plus en plus de consommateurs se sont tournés vers le paiement fractionné en 2022. Mais cette évolution positive comporte un risque puisqu'elle s'accompagne logiquement d'un risque accru de défauts de paiement, comme la fintech l'avait constaté à son arrivée sur le marché américain. Aujourd'hui, elle travaille plus que jamais à faire grandir son application de shopping pour diversifier les fondamentaux de son modèle.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon une analyse de Creditspring, [les plaintes contre les sociétés de BNPL adressées au Financial Ombudsman Service ont augmenté de 36 % au cours des trois dernières années](#). Ce qui laisse penser que Klarna et ses concurrents ont induit certains comportements menant au surendettement :
 - À partir de 2021, les autorités britanniques craignaient qu'un nombre croissant de ménages aient du mal à rembourser les achats effectués à l'aide d'un mode de paiement de type paiement fractionné.
 - Certains députés, ont lancé le mouvement "Stop The Klarnage", et ont accusé ces acteurs d'encourager les dépenses compulsives et le surendettement des consommateurs. De même qu'en Allemagne, [où les "dettes Klarna" des jeunes inquiètent](#).
- Compte tenu des menaces réglementaires, Klarna semble avoir axé son plan d'action 2023 sur le suivi des dépenses et du surendettement :
 - En février 2023, [Klarna a annoncé un projet pilote de six mois avec Schufa](#), une agence de crédit allemande.
 - En mars 2023, [la fintech s'est associée à l'application de budgétisation Buddy](#) pour aider les consommateurs de la génération Z à mieux suivre leurs dépenses.

Source : [Site Officiel](#)



Stripe : une valorisation en chute libre, malgré une levée de 6,5 milliards de dollars

Paiement – International – 17/03/2023

Malgré un changement d'esprit des investisseurs, Stripe a réussi à lever plus de fonds qu'estimés en février. Cette levée de fonds, permettra de payer les actions gratuites et les stock-options des collaborateurs, avant l'expiration de la date d'échéance.

LES FAITS

- Stripe a déclaré avoir levé 6,5 milliards de dollars, contre 4 milliards attendus en février.
- D'autre part, la valorisation de l'entreprise passera de 95 milliards de dollars en 2021 à 50 milliards de dollars aujourd'hui :
 - En interne, la société avait déjà considérablement réduit sa valorisation à 60 milliards de dollars.
 - Toutefois, avec une valorisation de 50 milliards de dollars, la société de paiement est encore trois fois plus valorisée qu'une banque comme la Société Générale.
- En 2022, Stripe a enregistré :
 - 816 milliards de dollars de volume de paiement,
 - 14,3 milliards de chiffre d'affaires (soit +25 % sur un an, mais en retrait par rapport au 54 % enregistrés en 2021),
 - 14% de ses effectifs ont été supprimés fin 2022, soit 1.000 postes sur ses sites de San Francisco et à Dublin,
 - La société s'attend à réaliser des bénéfices en 2023.

ENJEUX

- **Un changement d'état d'esprit des investisseurs** : si l'année dernière ils étaient prêts à payer 40 fois le profit de l'entreprise, maintenant ce multiplicateur n'est plus que de 20.
- **Les actions gratuites & stock-options comme levier d'acquisition de nouveaux talents** : cette stratégie permet d'attirer les meilleurs talents et de les garder motivés. Mais elle a un coût. En 2023, Stripe avait besoin de liquidités, l'acteur a dû payer plusieurs milliards d'actions gratuites et de stock-options à ses salariés, et plusieurs milliards pour financer les taxes associées.
- **L'effet ricochet de la pandémie** : après une accélération fulgurante de l'e-commerce en 2020 et 2021 ayant stimulé les opérations de Stripe. L'inflation en a décidé autrement, affectant la consommation d'une part et faisant monter les taux d'intérêt d'autre part. Impactant considérablement le financement des startups et de la technologie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les Etats membres de l'Union européenne se sont accordés sur un projet législatif visant à moderniser l'encadrement des services financiers vendus en ligne. Cette nouvelle directive viendra compléter la directive encadrant le crédit à la consommation et visant spécifiquement les produits de type BNPL.
- Stripe au total [levé 8,7 milliards de dollars depuis sa création en 2011](#) (dont deux fois 600 millions, [en 2020](#) et [2021](#)), Stripe reçoit à nouveau le soutien de ses investisseurs historiques : Andreessen Horowitz, Baillie Gifford, Founders Fund, General Catalyst, MSD Partners, et Thrive Capital. Et des nouveaux : GIC, Goldman Sachs Asset and Wealth Management et Temasek.

- Stripe a [récemment annoncé qu'il utilisait Chat GPT-4 pour prendre en charge son support et lutter contre la fraude](#). L'intelligence artificielle permet de :
 - faciliter le support des utilisateurs, en supprimant l'analyse des pages web et en résumant leur activité « au-delà de l'écriture humaine »,
 - fournir des réponses appropriées aux développeurs ayant des questions techniques en interprétant les problèmes et en reformulant la documentation,
 - sur Discord, Stripe utilise ChatGPT pour analyser la syntaxe des messages et identifier les comptes présumés frauduleux : des équipes spécialisées peuvent alors procéder à une authentification humaine pour évaluer le risque et lutter contre la fraude.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Retour d'expérience : Floa devient le fer de lance du paiement fractionné de BNP Paribas en Europe

Paiement Fractionné – Europe – 21/03/2023

Spécialiste du marché du [Buy Now Pay Later](#) en France, [Floa](#) vient de présenter ses derniers résultats et ses ambitions d'expansion pour la suite. La filiale du groupe BNP Paribas entend désormais imposer son leadership en Europe, en dépit des freins potentiels posés par les concurrents et les régulateurs. Le groupe BNP compte en effet s'appuyer sur Floa pour pousser son offre européenne de paiement fractionné.

LES FAITS

- Floa Bank annonce viser 4 milliards d'euros de production pour ses offres d'ici 2023. Pour cela, Floa envisage notamment de compter 5 millions d'utilisateurs (contre 4 millions actuellement). Floa propose par ailleurs ses solutions de paiement à plus de 10 000 commerçants actuellement.
- Ces objectifs apparaissent comme tout à fait atteignables dans la mesure où Floa peut justifier d'une croissance dynamique, établie à 7 % sur l'année 2022, avec 2,8 milliards d'euros financés et plus de 800 000 porteurs de cartes.
- L'entreprise compte par ailleurs 450 collaborateurs actuellement mais envisage de recruter en ouvrant 110 nouveaux postes en 2023 (50 % de profils Tech, Innovation et Data, 35 % de profils commerciaux France et International et 15 % en fonctions supports).
- Le leader français du paiement fractionné souhaite pour finir opérer ses activités plus largement en Europe. Déjà installée en France, en Italie, en Belgique, en Espagne et au Portugal, Floa devrait ainsi proposer ses services dans une dizaine de pays européens d'ici 2025.

ENJEUX

- **Soutenir les ambitions internationales du groupe BNP Paribas** : outre l'innovation technologique et le développement durable, le groupe met en effet fortement l'accent sur le déploiement de ses services de paiement en Europe. A ce titre, Floa apparaît désormais comme le bras armé du groupe pour déployer largement le paiement fractionné à l'international. Floa était [rachetée](#) par BNP Paribas en août 2021.
- **Un marché toujours dynamique** : Selon une étude exclusive KANTAR réalisée pour Floa en novembre 2022, 44 % des Français utilisent, au moins occasionnellement, un service de paiement en plusieurs fois ou différé.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les ambitions de Floa et du groupe BNP Paribas sur le marché du BNPL européen sont grandes. Reste qu'au-delà d'une [concurrence](#) foisonnante, Floa devra aussi savoir composer avec les directives européennes de plus en plus restrictives s'agissant des offres de BNPL.
- Au [Royaume-Uni](#) comme en [Europe](#), les règles se sont en effet récemment durcies afin de mieux encadrer ce marché disputé par de nombreux acteurs.
- Le groupe BNP a récemment annoncé la suppression de près de 1 000 postes dans ses activités de crédit à la consommation, en France et en Europe, avec pour objectif de regagner en rentabilité. Floa n'est pourtant pas concernée par cette réorganisation et demeure plus que jamais l'instrument de son développement sur le paiement fractionné européen.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Mangopay rachète la fintech WhenThen

Paiement – International – 29/03/2023

Quatre mois après sa dernière acquisition, la société d'infrastructure de paiement axée sur les marketplaces a complétée sa solution en utilisant la plateforme irlandaise d'orchestration des paiements WhenThen.

LES FAITS

- Mangopay poursuit sa stratégie de croissance externe entamée il y a près d'un an lors de son rachat par Advent Fund.
- Après avoir acquis une solution anti-fraude en décembre dernier, la société a annoncé l'acquisition de la fintech irlandaise WhenThen, une plateforme d'orchestration de paiements.
- WhenThen automatise la phase de routage entre le passage en caisse et les processeurs de paiement, d'entreprise travaillant avec plusieurs fournisseurs de paiement (Stripe, Adyen, Checkout, etc.) pour optimiser les coûts et les processus.
- Mangopay travaille avec plus de 2 500 marketplaces dont Vinted et LeBonCoin.

ENJEUX

- **Être présent sur toutes les étapes du processus de paiement** : l'objectif de l'appariement est de permettre aux clients de Mangopay d'ajouter facilement des méthodes de paiement, d'augmenter les taux de conversion et d'accéder à toutes les données liées au paiement à partir d'un tableau de bord unique fourni par WhenThen.
- **Donner le choix aux clients** : l'expérience de paiement à un impact direct sur le taux de conversion d'un commerçant. À ce titre, Mangopay souhaite pouvoir contrôler l'ensemble de la chaîne de valeur, offrir aux consommateurs des options de paiement et une expérience client sans friction.
- **Atteindre la rentabilité** : avec le soutien d'Advent, l'entreprise espère doubler ses ventes cette année et atteindre la rentabilité en 2024.

MISE EN PERSPECTIVE

- Comme Leetchi, [Mangopay a été cédé par Crédit Mutuel Arkéa au fonds d'investissement Advent](#). Depuis l'acquisition, Mangopay a accéléré sa stratégie de croissance externe, notamment [en acquérant le logiciel de détection de fraude de Nethone](#) pour gérer l'ensemble de la chaîne de valeur du paiement.
- Autre initiative de paiement, [Synalcom, qui fournit des terminaux de paiement et des solutions de paiement électronique, a annoncé une fusion à 50/50 avec la plateforme de paiement Qori en mars 2023](#) :
 - Appelée Sylq, elle offrira aux clients des services de paiement intégrés et pourra accepter les cartes de crédit, les virements bancaires instantanés et les paiements en cryptomonnaie.
 - Elle dispose des références clients grands comptes, notamment dans le luxe. Dont 20 000 enseignes en France et plus de 230 000 terminaux de paiement.
 - Elle s'applique aux paiements en magasin, en ligne et à distance.

Source : [Communiqué de presse](#)



Web3

Coinbase veut simplifier l'accès au Web3 avec son Wallet-as-a-Service

Paiement – International – 14/03/2023

Le web3 offre de nombreuses opportunités aux entreprises pour mieux engager et servir leurs clients. Cela permet aux marques de créer des expériences riches et immersives, à l'image de [Moonray qui intègre dans ses jeux la possibilité pour ses joueurs d'interagir avec des actifs numériques et des NFT](#). Cette opportunité n'a pas échappé à la plateforme d'échanges [Coinbase](#), qui propose désormais son wallet en marque blanche pour encourager les entreprises à explorer les possibilités technologiques de la Blockchain. Ce lancement est aussi un moyen pour l'échange de diversifier ses activités, en se rapprochant du modèle des fintech et néo-banques, alors que son activité historique subit la tourmente du marché des cryptos.

LES FAITS

- Younited Pay attire beaucoup de commerçants. Ils sont déjà plus de 2.000 à avoir opté pour son offre de facilités de paiement.
- Coinbase a récemment lancé son offre de Wallet-as-a-Service (WaaS). Il s'agit de proposer un ensemble évolutif et sécurisé d'API d'infrastructure de wallet, permettant aux entreprises de créer et déployer pour leurs clients finaux des portefeuilles sur une blockchain entièrement personnalisable.
- Les entreprises peuvent offrir aux utilisateurs un portefeuille en l'intégrant directement dans leurs applications pour supporter des transactions (échange d'objets ou de fonds dans un univers virtuel). Elles peuvent également créer des programmes de fidélité et de récompenses basés sur des tokens (NFT).
- Les utilisateurs finaux peuvent ainsi explorer le web3 de manière simple. Le WaaS de Coinbase est soutenu par la technologie de cryptographie Multi-Party Computation (MPC) :
 - MPC permet le partage des clés cryptographiques entre l'utilisateur final et Coinbase de manière sécurisée, même si l'appareil de l'utilisateur est compromis.
 - La sauvegarde avancée et automatique de MPC garantit que même si un utilisateur final perd l'accès à son appareil, sa clé de portefeuille web3 peut être stockée en toute sécurité, pour récupérer facilement l'accès à son compte.
 - Les utilisateurs conservent un contrôle total sur leurs actifs, y compris la possibilité de retirer leurs clés de la plateforme à tout moment.
- Quelques marques clientes de l'offre WaaS : Floor, Moonray, thirdweb ou encore tokenproof.

ENJEUX

- **Créer de nouvelles sources de revenus et une fidélité 3.0 basée sur les communautés** : les retailers peuvent offrir des expériences d'achat personnalisées et des programmes de fidélisation "nouvelle génération" sur le web3, tandis que les entreprises sociales peuvent créer des communautés plus fortes avec l'aide des créateurs de contenu. Le web3 permet également aux entreprises de créer de nouvelles sources de revenus (nouvelle offre, nouveau canal de distribution, ...), d'augmenter l'engagement des clients et de faciliter l'échange de récompenses entre les entreprises et les clients.
- **Simplifier l'accès au Web3 en aidant les acteurs à démystifier l'accès au wallet pour se concentrer sur la valeur ajoutée et non la technicité de cet environnement** : un défi majeur est

la complexité des portefeuilles web3 pour les utilisateurs finaux, qui nécessitent la gestion d'une véritable identité numérique et la détention de crypto-actifs. L'enjeu pour Coinbase est donc de faire disparaître la notion de blockchain pour ces utilisateurs en gérant pour le compte des marques toute l'infrastructure technique. Et d'ouvrir cet environnement aux non-détenteurs de cryptos.

- **Séduire les entreprises qui s'intéressent à l'écosystème transactionnel du Web3** : de [plus en plus de marques](#) cherchent en effet à s'y positionner, mais doivent pour cela appréhender toute la complexité technique de cet environnement et faire beaucoup de pédagogie auprès de leurs clients. La solution de Coinbase permet aux entreprises d'éviter ce coût de R&D et de s'appuyer sur des API entièrement personnalisables pour créer leur propre univers.

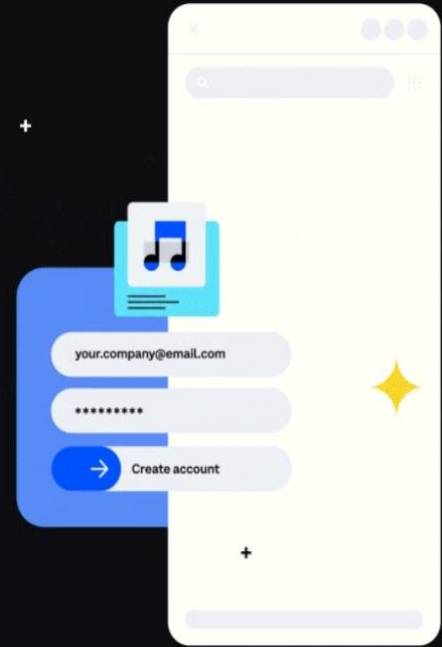
MISE EN PERSPECTIVE

- Les Etats membres de l'Union européenne se sont accordés sur un projet législatif visant à moderniser l'encadrement des services financiers vendus en ligne. Cette nouvelle directive viendra compléter la directive encadrant le crédit à la consommation et visant spécifiquement les produits de type BNPL.
- Coinbase a également lancé plusieurs projets web3, tels que :
 - le [projet "Base" : un réseau Ethereum Layer 2 \(L2\)](#) ;
 - en plus de WaaS et Base, [Coinbase propose également un SDK](#) payant permettant la conversion de cryptomonnaies en [monnaie fiat](#) ;
 - des API de trading.
- Le web3 continue de fasciner divers écosystèmes, de la finance à la distribution. Les acteurs expérimentent constamment différentes approches pour surmonter la complexité technique de ce nouveau monde. Récemment, nous avons vu des initiatives telles que :
 - Les collectivités et les gouvernements : après l'identité numérique et des monnaies numériques, [plusieurs gouvernements ont pris l'initiative de développer des répliques de ville dans le métavers](#). Les citoyens s'essayant de plus en plus à ces univers virtuels, les gouvernements veulent anticiper les potentiels problèmes sur la cybersécurité et la cybercriminalité.
 - L'assurance : [Tokio Marine Nichido qui adopte le métavers comme nouveau canal de distribution d'assurance en janvier 2023](#).
 - Les banques : comme la [banque polonaise PKO qui imagine son avenir dans le métavers](#)
- Le web3 porte aussi une véritable révolution dans le commerce de proximité et l'e-commerce, notamment grâce à la réalité virtuelle, la réalité augmentée ou encore la 3D. De nombreux acteurs du retail sont entrés dans le web3 ces derniers mois :
 - Casino, qui a lancé l'an dernier [une gamme de NFTs pour les clients de son Club Leader Price](#).
 - Decathlon, qui a créé sur la même période [2008 NFTs, un NFT pour chacun de ses exemplaires de chaussures](#).
 - [LVMH qui s'est lancé dans le métavers et qui avait présenté sa première égérie en 2022](#)
 - Ou encore, l'initiative de [Nike qui a déjà accueilli 21 millions de visiteurs en octobre 2022](#).

Source : [Communiqué de Presse](#)

coinbase

Wallet as a Service



Worldline lance son offre "Metaverse-as-a-service"

Paiement – Web3 – 20/03/2023

Malgré une forte baisse d'enthousiasme en ce début d'année, l'incroyable potentiel du métavers que lui attribuent les analystes, reste attractif pour les entreprises. C'est pourquoi Worldline, qui aimerait pénétrer le marché avec ses solutions de paiement, a construit un centre commercial prêt à recevoir les retailers avec une solution clé en main.

LES FAITS

- Worldline a lancé une nouvelle solution de centre commercial sur la plateforme Decentraland le 8 mars, avec les neuf premiers distributeurs dont la banque allemande Consorsbank, l'hôtel de luxe suisse The Chedi Andermatt et Naked Life, un producteur de spiritueux sans alcool.
- Dans le Shopping Worldline Mall, les commerçants, les fournisseurs de services et les banques peuvent facilement développer leur présence sur le Web 3.0 pour anticiper les besoins de leurs clients et comment ils peuvent tirer parti du métavers.
- Le module de démarrage contient des outils utiles pour les nouveaux venus dans le métavers :
 - Offre aux locataires de e-boutique, une solution de paiement reconnue par Worldline avec ou sans crypto-monnaies
 - Divers services publicitaires.
 - Des modules complémentaires :
 - De la publicité ciblée,
 - Des produits phygitaux (synergie du monde physique et numérique)
 - Et de la réalité augmentée
- Pour les modules complémentaires, Worldline s'appuie sur des partenaires clés, notamment 2Meta (publicité ciblée), Metyis (produits phygitaux) et Threedium (réalité augmentée).

ENJEUX

- **Faciliter l'arrivée des retailers dans le métavers :** la solution en marque blanche de Worldline offre la possibilité de préparer les retailers, les fournisseurs de services et les banques aux différents enjeux et problématiques qu'offre le métavers. Et ce de manière vulgarisée, pour lever le frein des compétences techniques ou des coûts en R&D.
- **Offrir une expérience de commerce complémentaire :** au-delà des points de vente physiques et en ligne, le métavers est le canal de vente du futur. La décision d'ouvrir le centre commercial Worldline est donc plus que cohérente.
- **Fidéliser les retailers sur le paiement dans le métavers :** avec son offre de metaverse-as-a-service, Worldline est l'un des premiers acteurs du paiement à proposer une offre de paiement et de distribution en ligne dans le web3.

MISE EN PERSPECTIVE

- A l'avenir, le métavers constituera un nouveau canal de distribution au même titre que les points de vente et la boutique en ligne. [McKinsey estime que le marché mondial du métavers sera de 5 trilliards de dollars d'ici 2030.](#)
- En mars 2022, [Worldline a ouvert un showroom où des marques allemandes, autrichiennes, suisses, françaises et australiennes, étaient présentées tous les mois.](#) Au terme d'une phase de test d'un an, les

résultats sont si probants que ces entreprises souhaitent désormais poursuivre leur engagement avec une présence dans la galerie marchande du web3.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Circle, met cap sur la France

Païement – Web3 – 27/03/2023

L'émetteur des jetons stablecoin USD (et l'Euro Coin moins connue) a déposé une demande d'enregistrement auprès de l'Autorité des Marchés Financiers. Un geste stratégique pour cet acteur de la crypto et une nouvelle preuve de l'attractivité de la France et de l'Europe dans le Web3.

LES FAITS

- Jeremy Allaire, le co-fondateur et président de l'émetteur de stablecoin (cryptomonnaie indexée à une devise) USDC Circle, a annoncé son enregistrement en tant que fournisseur de services d'actifs numériques (PSAN) en France.
- Circle annonce également son enregistrement en tant qu'émetteur de monnaie électronique : une formalité importante pour la société qui exploite les monnaies numériques USD Coin et Euro Coin (EUROC).
- La tempête bancaire américaine a également affecté les cryptomonnaies. L'USDC a enregistré une perte importante la semaine dernière, tombant à 0,87 \$, une véritable perte d'encrage avec le dollar.
- Par ailleurs, il y a eu un véritable mouvement de panique lorsque Circle a annoncé qu'il possédait 3,3 milliards de dollars dans la banque de la Silicon Valley.

ENJEUX

- **La France comme pôle d'attractivité pour la cryptomonnaie** : cette mesure réglementaire démontre l'engagement de Circle à étendre ses activités en Europe, où la France deviendrait le principal centre d'opérations de la société.
- **Anticiper les réglementations et la régulation** : la procédure d'accréditation auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) a été renforcée en février après le scandale FTX. Circle vise plutôt à faire de la France un centre de recherche en matière de régulation.
- **Une potentielle délocalisation en France** : le resserrement de la réglementation américaine n'est pas étranger à cette délocalisation. Circle n'a pas encore précisé combien d'emplois elle souhaite créer, ni combien d'investissements sont prévus en France. Mais Jean-Noël Barrot (ministre chargé de la transition numérique) a fortement insisté sur cette démarche de Circle en France. Pour lui, cette décision (après Binance ou Crypto.com) confirme le potentiel de la France de devenir un hub du Web3.

MISE EN PERSPECTIVE

- Le deuxième stablecoin de Circle [adossé à l'euro, a été lancé en juin 2022](#). Selon [Coingecko, il s'agit de la 627e cryptomonnaie, avec une valeur de 31 millions de dollars, tandis que l'USDC est à 36 milliards de dollars](#), soit la 5e crypto-monnaie dans le monde et deuxième stablecoin après l'USDT.
- Après la [faillite de FTX](#), les autorités américaines ont renforcé partout la surveillance des acteurs de la crypto : des bourses (Kraken, Robinhood, KuCoin) aux banques (Signature Bank) en passant par les stablecoins comme [Paxos](#). Par exemple, [l'émission de Binance USD est interdite depuis février](#).
- En février 2023, [une fintech finlandaise a émis EUROe, un stablecoin lié à l'euro](#). Cette valeur doit être garantie par les euros déposés dans les coffres des banques et des institutions européennes et en Espagne, [la fintech MONEI teste actuellement un projet de stablecoin européen](#) auprès de la Banque d'Espagne.

Source : [Communiqué de Presse](#)

