



Les faits marquants du mois

STRATEGIE – Les banques réagissent et créent des alliances pour s'imposer dans le paiement

- **FRANCE** – Société Générale travaille avec Lemonway pour adresser les besoins des marketplaces
- **FRANCE** – Crédit Agricole et Worldline veulent créer une joint-venture dans le paiement
- **EUROPE** – EPI se relance et annonce le rachat de Payconiq et iDEAL

Les banques européennes bénéficient de longue date d'une forte implantation sur le marché des paiements, qu'elles ont vu peu à peu remise en question par des concurrents variés, que ce soit Visa et Mastercard, qui prennent le pas sur les schèmes nationaux, ou encore Apple Pay qui monopolise la relation client. D'où cette contre-attaque des banques par deux stratégies bien distinctes. La première consiste à travailler main dans la main sur le projet EPI, qui vise à promouvoir une alternative à la carte, interopérable en Europe, en s'appuyant sur l'infrastructure du virement instantané. La seconde à nouer directement des partenariats avec les prestataires de services de paiement (PSP). Pour étendre son champ d'action, comme dans le cas du Crédit Agricole avec Worldline ou la Société Générale avec Lemonway. EPI prévoit à fin 2023, un portefeuille numérique pour les paiements de personne à personne, qui sera déployé en phase pilote auprès des premiers utilisateurs en France et en Allemagne, avant un déploiement commercial courant 2024. Les utilisateurs pourront transférer de l'argent d'un compte bancaire à un autre, en quelques secondes. Cette option sera proposée en complément des virements traditionnels via l'application bancaire du client ou une application EPI dédiée sur son mobile. Les paiements des artisans, puis les paiements en magasin seront la dernière étape du déploiement, en 2025.

LUTTE CONTRE LA FRAUDE – La sécurité, un enjeu toujours clé qui rapproche identité et paiement

- **EUROPE** – Altme conforme pour gérer l'identité numérique des Européens et stocker leurs cryptos
- **FRANCE** – Cybermalveillance.gouv.fr et Mastercard lancent le "Fraude Fight Club"
- **FRANCE** – BNP Paribas noue un partenariat avec Worldline pour réduire la fraude IBAN
- **EUROPE** – MiCA : le nouveau règlement européen sur les cryptoactifs est adopté

Le rôle de la cybersécurité dans le secteur des paiements numériques est devenu essentiel, face à l'explosion de l'e-commerce pour les entreprises ou les particuliers. La pandémie de la COVID-19 a stimulé les paiements digitaux, mais aussi les cyberattaques contre l'e-commerce, qui ont augmenté dans le monde entier : elles ont quadruplé aux États-Unis ([The Hill](#)) ; en Espagne, les fraudes par phishing ont augmenté de 70% ([La Vanguardia](#)) ; en France, plus de 80% des organisations ont fait face à une cyberattaque aboutie ([Comparitech](#)) ; et 50% des entreprises anglaises ont subi des cyberattaques ([ICEX](#)). Mais les fraudes ne s'arrêtent pas qu'à l'e-commerce, selon [une étude BlueSecure, 2 entreprises sur 3 seraient victimes d'une fraude IBAN en 2021, dont 25 % pour lesquelles la fraude est avérée](#). Alors que les individus étaient auparavant ciblés, les cybercriminels ciblent désormais les organisations. Face à ces enjeux, le secteur doit se renforcer sur des méthodes de sécurisation des paiements, comme la tokenisation des cartes, le protocole 3D Secure, mais aussi via la formation (et la communication) sur les risques de fraude. Les réflexions sur la mise en place d'une identité numérique sont également en cours. Dans le cadre de cette effervescence européenne, les projets de paiement et d'identité digitales ne cessent de se rapprocher.

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
EN BREF	4
SERVICES MOBILES	6
Quipo lance son ticket augmenté comme solution écoresponsable	6
PAIEMENT B2B	8
Société Générale travaille avec Lemonway pour adresser les marketplaces	8
PAIEMENT INTEGRE - PAAS	10
Visa veut rendre interoperables les paiements numériques	10
Crédit Agricole et Worldline veulent créer une joint-venture dans le paiement	11
EPI se relance et annonce le rachat de Payconiq et iDEAL	13
Paynt et Softpay s'associe en matière de paiements sans contact	15
BANKING-AS-A-SERVICE	16
Qonto veut orchestrer la relation entre ses clients et leur comptable	16
PAIEMENT FRACTIONNE - BNPL	19
Spayr, une alternative au découvert	19
Le BNPL toujours dans le radar des autorités européennes	20
PAIEMENTS INTERNATIONAUX	22
Carrefour veut fidéliser ses clients avec MoneyGram	22
CYBERSECURITE, IDENTITE & BIOMETRIE	24
Altme obtient la conformité pour gérer l'identité numérique des européens	24
Cybermalveillance.gouv.fr et Mastercard lancent le "Fraude Fight Club" pour sensibiliser les jeunes	25
BNP Paribas noue un partenariat avec Worldline pour réduire la fraude IBAN dans les prélèvements SEPA	27
STRATEGIES D'ACTEURS	29
Retour d'expérience : GoCardless fait de la France son hub d'opération	29
Stripe publie une lettre annuelle : malgré la hausse du volume des transactions, sa croissance ralentit	31
Mooncard lève 37 millions d'euros et vise la rentabilité	33
Cofidis en quête de racheter Cetelem en Hongrie	35
N26 Allianz	Erreur ! Signet non défini.
Boursorama	Erreur ! Signet non défini.
N2F lève 24 millions d'euros pour se lancer à l'international	39
GREEN BANKING & RSE	41
La Banque Postale lance son offre de cashback responsable	41
WEB3	43
Retour d'expérience : Ledger lève des fonds et confirme son positionnement incontournable au service de la sécurité du marché des cryptos	43
Retreeb, l'alternative écologique à la carte de paiement	45
OCBC ouvre une agence dans le métavers	47
CaixaBank utilise le métavers en agence pour sensibiliser à la cause environnementale	48
MiCA : le nouveau règlement européen sur les cryptoactifs est adopté	50
BEYOND PAIEMENT	52
Apple officialise le lancement de son compte épargne	52

En bref

- **FRANCE – ubble est le premier fournisseur de vérification d'identité à distance (PVID) à recevoir le visa de sécurité ANSSI.** Un des pionniers français de la vérification d'identité, ubble est le premier acteur à recevoir le Visa de Sécurité ANSSI pour Fournisseur de Vérification d'Identité à Distance (PVID). La solution de certification vidéo proposée par ubble permet aux clients de se faire certifier à distance et est désormais conforme aux exigences réglementaires françaises et européennes. Principalement destinée aux acteurs du secteur bancaire, des fintechs et des services de confiance, la technologie de vérification d'identité à distance permet de renforcer la confiance entre les utilisateurs et les prestataires de services et de lutter contre le risque d'usurpation d'identité. Grâce à la vérification d'identité à distance accréditée, l'entreprise française réglementée Ubble s'offre un véritable avantage concurrentiel, simplifiant l'entrée à distance dans le contact client, garantissant la conformité et la fluidité. Compte tenu des importants problèmes de confiance que posent ce marché, la solution de preuve d'identité par authentification vidéo d'ubble est conforme (LCB-FT / eIDAS / ETSI) dans toute l'Europe et en France avec un visa de sécurité délivré par l'ANSSI. En tant que service de confiance pour répondre aux obligations KYC (Know your customer) sur le secteur bancaire ou aux directives LCB-FT et aux qualifications eIDAS à travers l'Europe, ubble Service Expert, 100% Web et MultiTerminal cherche à atteindre la parité avec les rencontres en face à face. Elle permet de traiter plus de 300 titres d'identité. L'utilisation d'une solution de certification vidéo optimise le parcours client et perçoit un niveau de confiance plus élevé que les méthodes traditionnelles de vérification d'identité à distance. Tirant parti de l'IA et de la supervision humaine, les utilisateurs et les clients vérifient leur identité par vidéo en quelques minutes sans temps d'arrêt.
- **EUROPE – SumUp lance SumUp One en France, un abonnement multiproduit.** Après le lancement de SumUp One en Italie fin 2022, qui a déjà été adopté par des milliers de commerçants. SumUp lance le service d'abonnement SumUp One en France. Une offre d'abonnement qui permet d'économiser de l'argent sur des produits tels que les terminaux de paiement SumUp et de bénéficier de frais de transaction réduits, y compris des frais mensuels fixes. SumUp a annoncé un nouveau service d'abonnement multi-produits, SumUp One. Il est actuellement disponible au Royaume-Uni et en Italie, ainsi que sur d'autres marchés européens et maintenant disponible en France. À 29 € par mois, les commerçants français ont désormais accès à un large éventail d'avantages, notamment :

 - Des frais de transaction peu élevés (de 1,75 % à 0,99 %),
 - Les paiements sont effectués en 1 jour ouvré (au lieu des 2-3 jours habituels),
 - Un accès à du matériel à prix réduit (par exemple 50 % de réduction sur TPE SumUp Solo),
 - Et une facturation illimitée.

Le respect des exigences réglementaires applicables en France et dans tous les pays où la fintech opère facilite le reporting analytique et la gestion de la trésorerie. SumUp One capitalise sur la prévalence et l'adoption des abonnements en France, pays où les consommateurs sont habitués à cette logique d'abonnement pour le financement de produits et services. Permettant aux commerçants de réaliser des économies d'échelle sur le long terme. Le lancement de SumUp One s'inscrit dans un plan d'action pour la fintech, après le lancement de sa nouvelle caisse enregistreuse Lite pour les petits commerçants en 2022, ainsi qu'une nouvelle version de sa caisse enregistreuse Pro et [Magic Pay](#) : une solution de paiement qui permet aux clients de partager instantanément les additions du restaurant et de payer directement à table en scannant le QR code associé.

- **INTERNATIONAL – Square lance Tap to Pay sur Android.** Square vise à rendre le commerce physique en déplacement encore plus facile pour les détaillants et les entreprises avec Tap to Pay sur Android. Square a lancé le Tap to Pay sur Android pour les marchands aux États-Unis, en Australie, en Irlande, en France, en Espagne et au Royaume-Uni. Cette nouvelle technologie permet aux vendeurs d'accepter les paiements sans contact à l'aide de n'importe quel appareil Android compatible sans frais supplémentaires. À l'aide d'un appareil Android compatible, un vendeur ouvre l'application « Point de vente », « Rendez-vous », « Square pour restaurants » ou « Factures » de Square, entre dans la vente et présente son smartphone au client. L'acheteur peut alors confirmer le montant à payer et choisir de payer avec une carte de crédit ou de débit sans contact ou un portefeuille numérique tel que Google Pay. Le Tap to Pay Android est également disponible pour les entreprises. Par exemple, si un technicien réalise une intervention sur place, le technicien peut directement alors se faire facturer sur son smartphone et partir pour son prochain rendez-vous. L'entreprise peut également voir la progression des ventes directement dans le tableau de bord Square.
- **ROYAUME-UNI – Revolut voit sa valorisation divisée par deux.** Alors que la FinTech britannique faisait état de ses premiers bénéfices tout récemment, pour l'exercice 2021, [Revolut](#) vient finalement de voir sa valorisation divisée par deux par la banque d'investissement Schroders. Sa participation a en effet été réduite de 46 % à 5,4 millions de livres sterling, au 31 décembre 2022, soulignant la dépréciation globale de la néo-banque. La valorisation de Revolut passerait de 33 milliards de dollars en 2021, à 17,7 milliards aujourd'hui. Cette dépréciation intervient peu après la publication des derniers résultats 2021 de la néo-banque, bien après la clôture de l'exercice donc, et sans que le cabinet d'audit BDO n'ait pu certifier de la majeure partie du chiffre d'affaires. La raison ? Le manque de transparence de la FinTech, qui se cumule avec ses problèmes de conformité. De quoi reculer encore l'obtention, par la FinTech, d'une licence bancaire britannique ; son introduction en Bourse devrait être elle aussi encore décalée. Revolut n'est pas la seule néo-banque à subir une baisse de valorisation puisque la banque d'investissement Schroders a aussi réduit sa participation dans la néo-banque Atom de 31% en 2022. N26 et Klarna connaissent elles aussi des difficultés actuellement, soulignant une tendance globale sur le marché des néo-banques européennes actuellement.

Services mobiles

Quipo lance son ticket augmenté comme solution écoresponsable

Païement – France – 03/04/2023

L'impression automatique des reçus électroniques prendra bientôt fin, malgré son report en raison de l'inflation. Une évolution importante pour les consommateurs et les commerçants, la startup Quipo se positionne dans cette transformation du parcours client pour une expérience plus verte et augmentée.

LES FAITS

- Quipo, start-up basée à Tournefeuille près de Toulouse, propose des solutions 100% vertes pour pallier la fin des tickets de caisses.
- Elle fournit un logiciel qui s'adapte au logiciel de caisse et génère des codes QR que les clients scannent avec leur téléphone via une application :
 - Le client reçoit un reçu immédiatement
 - Aucune donnée personnelle n'est demandée aux clients
 - Les reçus sont stockés sur le téléphone, et non sur un serveur.
 - La possibilité de catégoriser les dépenses en notes de frais et d'envoyer les notes de frais par e-mail à son employeur à la fin du mois,
 - L'envoi de bons de réduction aux consommateurs,
 - Informer les clients lorsque la garantie de leurs achats expire.
- Lauréat du concours Bpifrance i-Nov et de l'European Life Lending Scheme, Quipo a déjà été testé en magasin au premier trimestre 2023 et devrait être lancé mi-avril.
- La start-up prévoit de lever des fonds d'ici la fin de l'année et d'augmenter significativement ses effectifs actuels d'environ 15 personnes.

ENJEUX

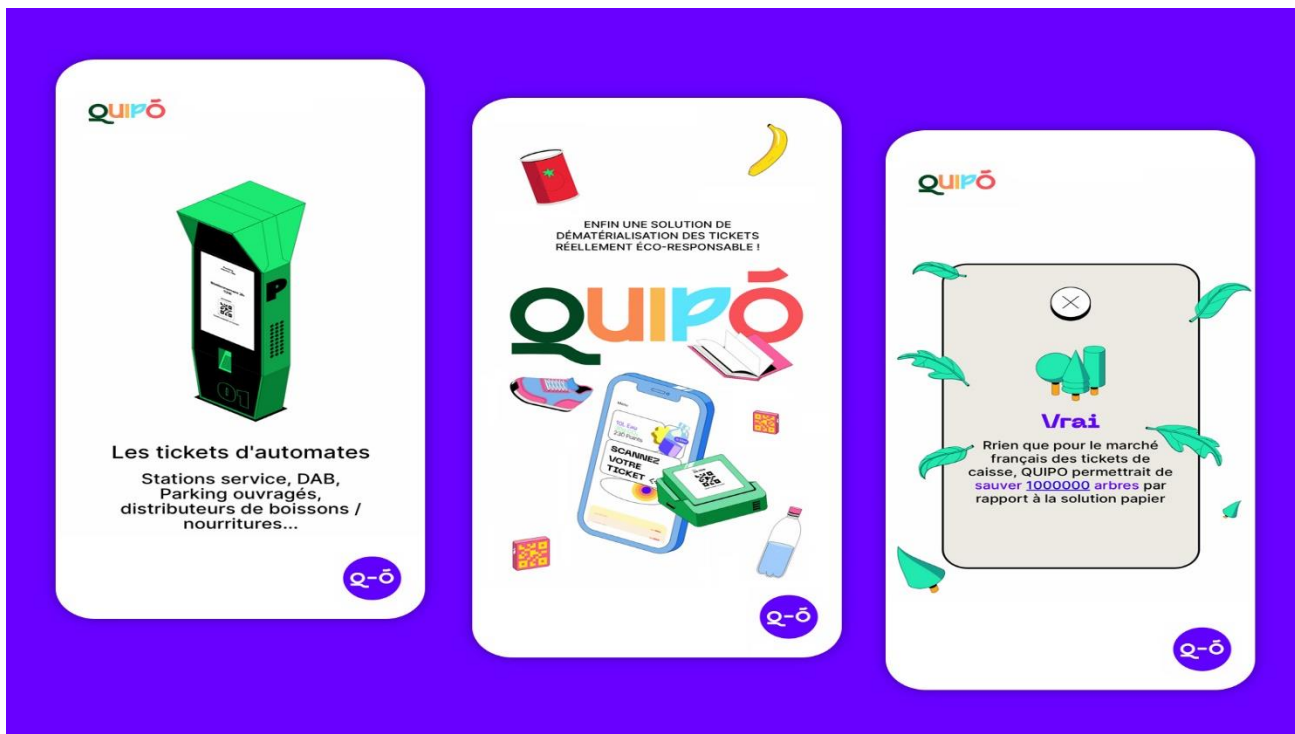
- **Une solution alternative pour remplacer les tickets de caisse et réduire l'impact écologique** : certaines marques ont déjà mis en place des solutions pour envoyer les reçus par e-mail aux consommateurs, mais il y a trois problèmes majeurs :
 - Certains clients refusent de fournir des informations personnelles de peur de recevoir une grande quantité de spam
 - Demander une adresse e-mail ralentit le processus de paiement
 - Le courrier électronique est également énergivore, produisant 5g de CO2 et 3cl d'eau contre 2g de CO2 et 5cl d'eau pour un ticket papier.
- **Fluidifier le parcours client** : les clients peuvent confirmer leurs achats sur place, contrairement aux reçus par e-mail qui arrivent longtemps après l'achat et donc nécessite pour les clients de revenir en magasin en cas d'erreur.

- **Créer un ticket augmenté permettant aux entreprises de communiquer avant, pendant et après l'achat** : les tickets QUIPO sont des tickets améliorés et interactifs visant à permettre aux marques de communiquer avec les clients avant, pendant et après l'achat en envoyant des notifications push pour communiquer avec les clients (garantie qui arrive à expiration, des bons de réductions, ...)

MISE EN PERSPECTIVE

- Initialement prévue au 1er janvier 2023, [l'interdiction d'impression des reçus a repoussé l'entrée en vigueur de la mesure au 1er avril](#). En raison de l'inflation, un nouveau report à une date indéterminée (éventuellement le 1er août ou le 1er septembre, selon Les Echos) a été décidé.
- Selon [une étude de Zéro Déchet Strasbourg](#), 25 millions d'arbres sont abattus chaque année, 18 milliards de pétrole sont consommés et 600 000 tonnes de gaz à effet de serre sont émises. C'est près de 30 milliards de reçus et de bordereaux de cartes de crédit qui sont imprimés chaque année, dont la plupart finissent à la poubelle.
- D'autres solutions voient le jour pour éliminer les reçus papier. A l'instar de [KillBills qui lève 4 millions d'euros pour éliminer les reçus papier](#) :
 - 99% des Français de plus de 18 ans ont une carte bancaire, mais la startup a souhaité lier les paiements au compte bancaire du porteur.
 - L'algorithme KillBills relie le logiciel POS et les outils bancaires utilisés, permettant aux premières données d'accéder aux secondes.

Source : [Site officiel](#)



Paiement B2B

Société Générale travaille avec Lemonway pour adresser les marketplaces

Paiement B2B – France – 13/04/2023

[Société Générale](#) vient d'officialiser un nouveau rapprochement avec la FinTech française devenue établissement de paiement paneuropéen agréé par l'ACPR, [Lemonway](#). L'objectif de cette association est de fournir des services de paiement aux grandes entreprises lançant leurs marketplaces B2B en Europe de l'Ouest. Un marché identifié comme ayant un fort potentiel, encore sous-exploité, que les deux partenaires vont pouvoir adresser en associant leurs expertises et leurs poids respectifs.

LES FAITS

- Lemonway propose un panel de services particulièrement adaptés aux besoins des marketplaces BtoB :
 - des solutions de paiement,
 - un service de vérification d'identité et d'ouverture de comptes de paiement,
 - une solution de pilotage des flux pour les bénéficiaires, selon les standards réglementaires.
- C'est ce catalogue que Lemonway mettra au service des nouveaux opérateurs de marketplaces B2B, clients de Société Générale, dans le cadre de son partenariat avec la banque française.
- De son côté, la banque apportera la sécurité de ses services de cash management. Elle met aussi en avant la solidité de son groupe pour faire valoir la pertinence de sa nouvelle offre portée de manière commune avec la FinTech.
- La mise en oeuvre technique du partenariat sera effective prochainement dans huit pays européens, à savoir la France, l'Italie, l'Espagne, la Belgique, les Pays-Bas, le Royaume-Uni, la Suisse et l'Allemagne.

ENJEUX

- **Un marché en pleine expansion dont les besoins sont encore peu couverts** : Selon le [B2B Digital Payments Tracker](#), 80 % des transactions entre acheteurs et fournisseurs B2B pourraient être effectuées en ligne d'ici 2025.
- **Une association d'expertise** : Lemonway propose une solution modulaire englobant des solutions de paiement et d'autres services stratégiques capable de répondre aux besoins des marketplaces. Pour Société Générale, cette association représente un moyen d'intégrer simplement une solution clé en main.
- **Capitaliser sur les partenariats** : Société Générale [venait](#) déjà tout juste de souligner son intérêt pour les start-up innovantes, en rééditant son Global Markets Incubator. Sa signature de partenariat avec Lemonway s'inscrit dans cette stratégie collaborative avec les acteurs les plus innovants. Lemonway ajoute pour sa part une nouvelle référence bancaire de premier plan à son portefeuille de partenaires, après BNP Paribas, Groupe BPCE ou Barclays.

MISE EN PERSPECTIVE

- Ce n'est pas la première fois que Lemonway table sur des partenariats pour faire évoluer son offre. En 2021, la FinTech française signait ainsi une [association](#) avec Tink, plateforme d'open banking européenne

de premier plan. Elle signait par ailleurs tout récemment aussi un partenariat avec [Hokodo](#), fintech britannique du Buy Now Pay Later (BNPL) B2B, pour offrir de nouvelles solutions de paiement aux marketplaces.

- Depuis, Lemonway poursuit sa croissance en Europe et affichait un chiffre d'affaires de 7,7 milliards d'euros en début d'année. Son rapprochement avec Société Générale devrait l'aider à atteindre le seuil de rentabilité, un cap [fixé](#) pour 2023.

Source : [Communiqué de presse](#)



Paiement intégré - PAAS

Visa veut rendre interopérables les paiements numériques

Paiement – Identité – 17/04/2023

Les paiements numériques ont sans aucun doute transformé le monde du commerce, mais le grand nombre d'applications de paiement a entravé la capacité des consommateurs à envoyer de l'argent entre utilisateur de manière transparente et simple. Visa est en train de développer un nouveau service de paiement interopérable peer-to-peer (P2P) qui permet aux consommateurs d'envoyer de l'argent à des amis, même s'ils utilisent un autre service de paiement.

LES FAITS

- Un nouveau service appelé Visa+ a été développé pour permettre l'interopérabilité entre les différentes solutions de transfert de fonds.
- Visa prévoit de permettre les transferts d'argent entre Venmo et PayPal aux États-Unis. Il sera possible après l'intégration de Venmo et PayPal aux États-Unis dans Visa+ . :
 - Lorsque Visa+ est activé, les utilisateurs n'ont pas besoin de lier leurs cartes Visa à leurs comptes pour effectuer des transactions PayPal/Venmo,
 - Visa agit uniquement comme une infrastructure de connexion et une passerelle entre les deux services,
 - L'utilisateur paramètre son propre identifiant de paiement lié à son compte PayPal ou Venmo et peut le partager avec toute personne qui souhaite recevoir le paiement.
- D'autres entreprises rejoindront Visa+ comme Western Union, TabaPay, i2C et DailyPay.
- Visa a annoncé son intention de proposer Visa+ aux consommateurs dans le courant de l'année, avec une disponibilité générale à la mi-2024.

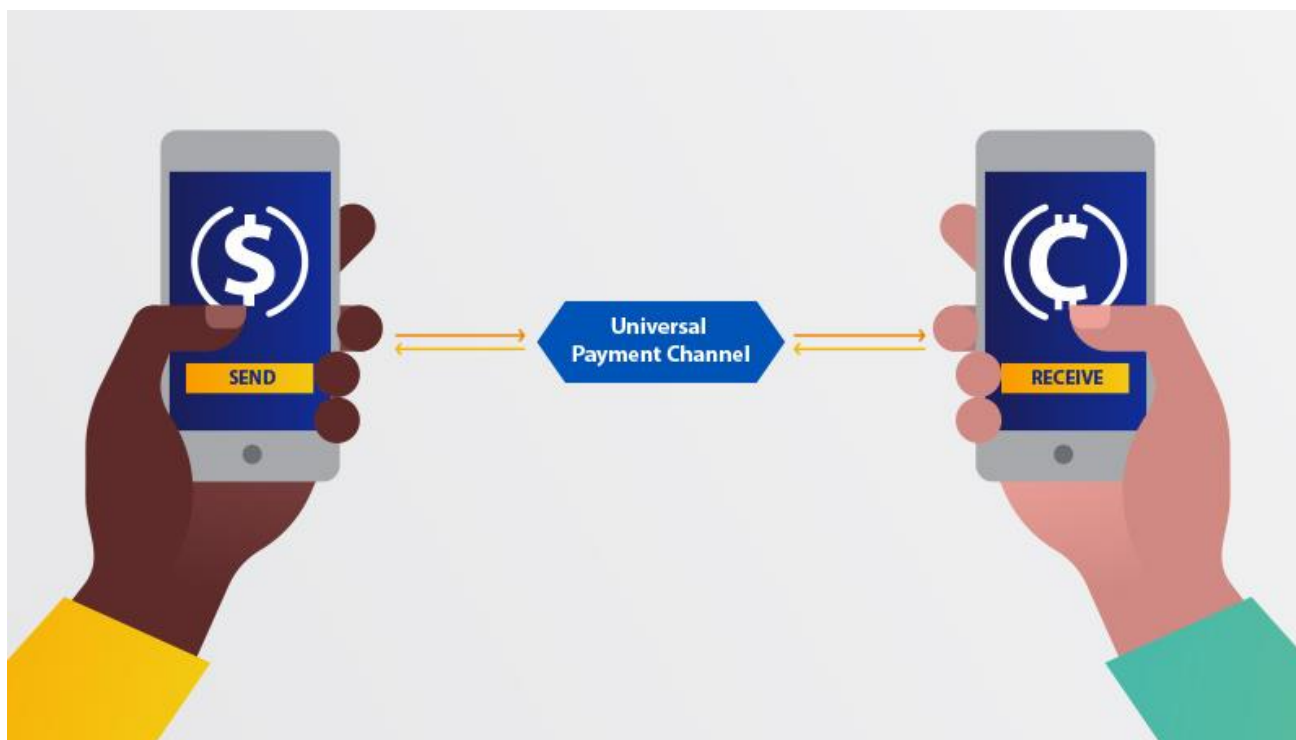
ENJEUX

- **Rendre possible l'interopérabilité des paiements entre Paypal et Venmo** : Alors que PayPal, possède déjà Venmo via l'achat de Braintree par son ancienne société mère eBay il y a dix ans, n'a pas été en mesure de transférer de l'argent en temps réel entre les deux services. Visa s'engage à rendre les deux services interopérables.
- **Un consortium qui s'étendra au fur et à mesure** : Visa affirme qu'il étendra Visa+ à une variété de cas d'utilisation visant les créateurs de contenu ou encore les marketplaces.
- **Permettre aux consommateurs de ne plus partager des données personnelles** : un identifiant unique de paiement signifie que les consommateurs n'auront plus besoin de partager des numéros de téléphone, des adresses e-mail ou d'autres informations personnelles. Ceci est particulièrement utile pour les paiements uniques entre des personnes qui ne sont pas susceptibles d'interagir à l'avenir.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'interopérabilité devient un véritable enjeu clé dans le paysage du numérique, y compris les paiements, [la Fondation Linux a récemment lancé l'Open Wallet Foundation pour prendre en charge l'interopérabilité entre les portefeuilles numériques](#).
- Sur le marché, redonner le pouvoir aux consommateurs devient de plus en plus essentiel, pour leurs offrir une expérience client optimale. Malgré un véritable paradoxe sur le marché entre le besoin de sécurité (notamment via une identité) et une expérience client augmentée, via des solutions de paiements hybrides ou encore des paiements sans friction, [comme on peut le voir avec le click-to-pay](#).
- Le paiement reste un écosystème mouvant, innovant, et se positionnant de plus en plus au cœur de la stratégie des distributeurs et du secteur financier. Pour offrir cette expérience client augmentée, [mais également récupérer des données clés pour optimiser les stratégies marketing](#).

Source : [Communiqué de Presse](#)



Crédit Agricole et Worldline veulent créer une joint-venture dans le paiement

Paiement – Stratégie d’acteur – 21/04/2023

Le Crédit Agricole et Worldline sont entrés en pourparlers pour créer une joint-venture afin de combiner le réseau de distribution du Crédit Agricole avec la technologie du français Worldline pour créer un acteur majeur des services de paiement aux commerçants.

LES FAITS

- Cette joint-venture créée par Worldline et le Crédit Agricole permettra aux deux groupes d’offrir aux commerçants une offre complète de services de paiement.

- Associant le réseau de distribution du Crédit Agricole à la technologie de Worldline, ils espèrent capter un tiers des 700 milliards d'euros de revenus des commerçants français et faire de la France le plus grand marché des paiements en Europe.
- Worldline fournira des terminaux, des points de vente mobiles ou des solutions digitales aux commerçants pour leur permettre de recevoir une autorisation de paiement. Le Crédit Agricole se concentre lui sur les acquisitions.
- Worldline détiendra 50% plus une action et Crédit Agricole détiendra 50% moins une action dans cette joint-venture qui devrait être lancée dès 2025.
- La joint-venture est soumise à la consultation des représentants des salariés des deux parties et à l'approbation réglementaire.
- Ils investiront au total 80 millions d'euros entre 2023 et 2024, permettant à la joint-venture d'avoir une centaine de salariés d'ici quelques années.
- La joint-venture, n'a pas encore de nom mais veut créer une marque reconnaissable pour les deux groupes, distribuée à la fois en directe et par l'intermédiaire de 39 caisses régionales Crédit Agricole et LCL.

ENJEUX

- **Créer un acteur majeur du marché des paiements français** : dans un domaine en plein essor où de nouvelles solutions apparaissent régulièrement et où les fintechs intensifient la concurrence des banques, les deux groupes discutent d'une alliance stratégique visant à offrir des services complets aux commerçants pour avoir un avantage concurrentiel.
- **Le paiement un axe développement stratégique pour le Crédit Agricole** : le Crédit Agricole considère les paiements et les services aux commerçants comme un pivot de développement. Le plan stratégique de l'entreprise, annoncé en juin dernier, prévoit une augmentation de 20 % des revenus de ces activités d'ici 2025.
- **Permettre une synergie pour gagner des parts de marché** : la joint-venture permettra à Worldline d'accéder à des commerçants plus petits, l'une des forces du Crédit Agricole. L'ancienne filiale d'Athos teste déjà le modèle en Allemagne, où elle exploite Payone, une joint-venture similaire qu'elle détient avec les caisses d'épargne (Sparkassen).

MISE EN PERSPECTIVE

- Ce n'est pas la première fois que le Crédit Agricole travaille avec un spécialiste des paiements. [Le groupe bancaire s'était déjà associé à Wirecard](#) en 2018 avant que l'allemand ne s'effondre, et que ce partenariat prenne fin en 2019.
- Récemment, [Worldline s'est associé à BNP Paribas Cash Management](#) pour réduire la fraude par prélèvement SEPA et renforcer sa stratégie de cybersécurité.
- Un autre partenariat entre PSP et une banque, la [Société Générale a également officialisé, un nouveau rapprochement avec Lemonway](#). Avec pour objectif de fournir des services de paiement aux grandes entreprises qui veulent lancer des marketplaces B2B en Europe occidentale.

Source : [Communiqué de presse](#)



EPI se relance et annonce le rachat de Payconiq et iDEAL

Païement – Europe – 26/04/2023

Le projet européen de paiement basé sur les rails du virement instantané, European Payments Initiative (EPI), vient d'officialiser ses projets à court terme, ainsi que le rachat de deux acteurs importants de la zone Benelux, Payconiq et Currence (à l'origine de la solution de paiement iDEAL). Ces deux acquisitions signent aussi le retour des banques néerlandaises au capital de l'EPI Company, via ABN Amro et Rabobank. D'abord imaginé comme un concurrent de Visa et Mastercard, EPI se donne une nouvelle feuille de route et se dote des moyens technologiques de développer une véritable solution pan-européenne de virement entre particuliers, avec une phase de test prévue à la fin de l'année.

LES FAITS

- Fin 2023, un portefeuille numérique pour les paiements de personne à personne sera déployé en phase pilote auprès des premiers utilisateurs en France et en Allemagne, avant un déploiement commercial courant 2024.
- Les utilisateurs pourront transférer de l'argent d'un compte bancaire à un autre, en quelques secondes. Cette option sera proposée en complément des virements traditionnels via l'application bancaire du client ou une application EPI dédiée sur son mobile.
- Pour mémoire, six grandes banques françaises (Crédit Mutuel, BNP Paribas, Crédit Agricole, La Banque Postale, BPCE et Société Générale) sont actuellement actionnaires du consortium, aux côtés du prestataire de services de paiement Worldline. Quatre nouveaux actionnaires viennent de rejoindre le pool, avec Belfius en Belgique, DZ Bank en Allemagne (qui avait quitté le projet il y a un an), ABN Amro et Rabobank aux Pays-Bas.

- Les paiements des artisans, puis les paiements en magasin seront la dernière étape du déploiement, en 2025. Le service d'EPI sera alors disponible dans 5 pays : France, Allemagne, Pays-Bas, Belgique et Luxembourg.
- Le consortium a également annoncé le rachat de deux acteurs pour un montant non divulgué :
 - Currence [iDEAL](#) (Pays-Bas)
 - [Payconiq International](#) (PQI), une solution de paiement mobile par virement, qui avait fusionné avec Bancontact, le schéma carte belge.
- D'un point de vue technologique, les solutions nationales (notamment [Paylib](#) en France et iDEAL aux Pays-Bas) migreront progressivement vers la plateforme d'EPI.

ENJEUX

- **L'enjeu du déploiement d'une solution de transfert d'argent instantané en Europe, une fonctionnalité clé pour EPI** : cette solution est née de l'identification d'un besoin de solution de paiement européenne interopérable. Pour se relancer après l'abandon du projet de schéma carte européen, EPI mise sur les rails du virement instantané qui devrait permettre cette interopérabilité. Thierry Laborde, directeur général délégué de BNP Paribas, a souligné que la fonctionnalité permettra "d'installer des systèmes, des marques et des réflexes". L'installation de la marque et des usages sont en effet deux challenges qu'EPI devra relever pour séduire largement les utilisateurs. Pour cela, elle pourra s'appuyer notamment sur la forte présence d'iDEAL dans les pays d'Europe du Nord avec une base installée de 30 millions d'utilisateurs.
- **Une ouverture aux professionnels dans un second temps** : le service sera ensuite ouvert aux professionnels, au e-commerce et aux situations de paiement sans terminal (comme les QR codes, pour les services de location de vélos en libre-service par exemple).

MISE EN PERSPECTIVE

- Le système européen de cartes EPI, [annoncé à l'été 2020](#), visait initialement à créer une nouvelle solution de paiement paneuropéenne intégrée pour concurrencer Visa et Mastercard.
- Cependant, [le projet a échoué plusieurs fois depuis, et l'année dernière, les acteurs ont décidé d'abandonner la composante carte](#).
- Le marché du paiement représente plus de 60 % du commerce électronique européen. Mais, les Européens, n'ont jamais pu encore rivaliser avec Visa ou Mastercard. Les acteurs ne veulent pas être complètement éliminés du marché des paiements par de nouveaux entrants comme Apple Pay. Par ailleurs, Apple Pay, est [toujours dans le collimateur de la Commission européenne, qui l'avait accusé l'an dernier, de pratiques non-concurrentielles](#).

Source : [Communiqué de Presse](#)

EPI European Payments Initiative

INTERIM COMPANY

Paynt et Softpay s'associe en matière de paiements sans contact

Paielement – Europe – 28/04/2023

L'acquéreur lituanien Paynt s'est associé au fournisseur SoftPOS Softpay pour répondre à la demande croissante de solutions d'acceptation de paiement sans contact. L'objectif de cette collaboration est de permettre aux éditeurs de logiciels indépendants (ISV) et aux commerçants de développer des solutions d'acceptation de paiement rentables et efficaces qui s'intègrent de manière transparente aux logiciels existants ou nouvellement développés.

LES FAITS

- Paynt est un fournisseur entièrement intégré de solutions et d'infrastructures de paiement pour les entreprises de toutes tailles :
 - La société s'efforce de fournir des solutions sûres et fiables pour aider les commerçants à rationaliser les processus de paiement et à maximiser les revenus.
- Softpay lui-même est un fournisseur de technologie SoftPOS qui se spécialise dans le développement de solutions d'acceptation de paiement sans contact :
 - La mission de Softpay est de permettre aux entreprises d'offrir à leurs clients une expérience de paiement rapide, sécurisée et transparente.
- La solution App Switch de Softpay permet aux appareils basés sur Android d'accepter les paiements sans contact.
- La solution est disponible en téléchargement sur Google Play et peut être utilisée en mode autonome ou associée à une autre application mobile (ou web) nécessitant l'acceptation du paiement sans contact avec une simple étape d'intégration.

ENJEUX

- **Combiner des solutions pour augmenter l'acceptation des paiements :** à ce jour, leurs collaborations ont été couronnées de succès sur plusieurs marchés européens. Paynt et Softpay veulent répondre à la demande du marché des paiements sans contact. Paynt agissant en tant que fournisseur d'infrastructure de paiement pour des milliers de commerçants et Softpay s'engageant à créer

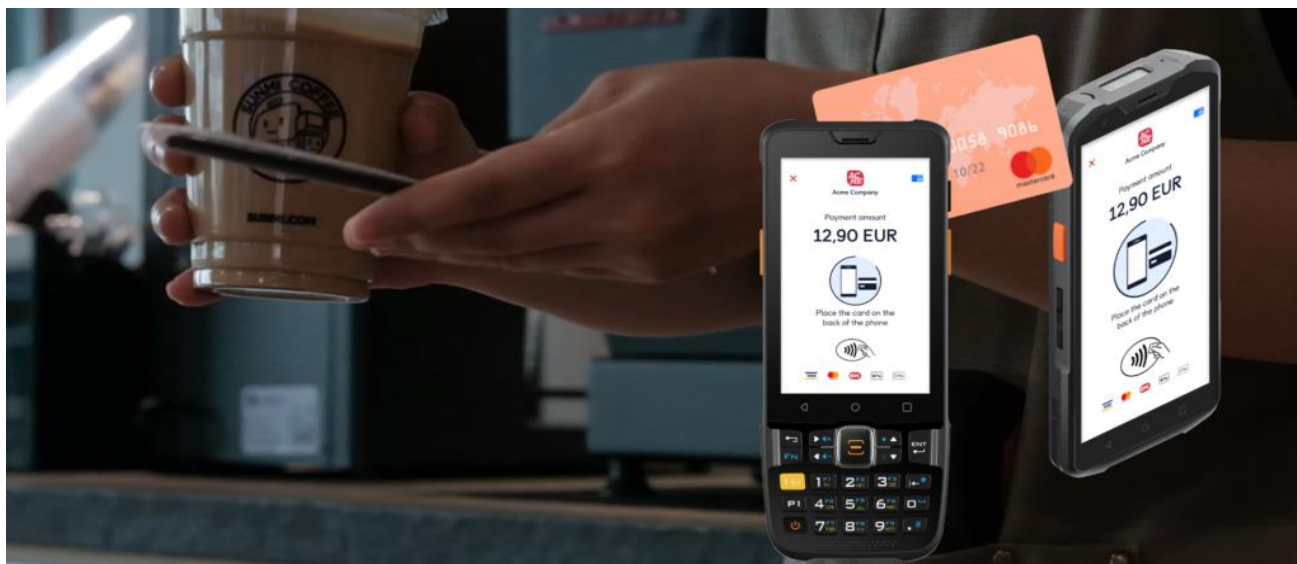
des solutions d'acceptation de paiement sans contact, une fusion visant à améliorer l'expérience de paiement.

- **La tendance du paiement sans contact en Europe** : selon les données de la Banque centrale européenne, 62 % de tous les paiements par carte dans les solutions de point de vente (POS) de la zone euro ont été effectués sans contact en 2022, contre 41 % en 2019 :
 - Les paiements espèces ont perdu leur domination sur les paiements en point de vente, passant de 72 % en 2019 à 59 % en 2022.

MISE EN PERSPECTIVE

- Avec la croissance des demandes en matière de paiements sans contact, les éditeurs de logiciels s'efforcent de répondre à leurs besoins, notamment pour : l'acceptation des pourboires, les bornes en libre-service et les lecteurs sans contact basés sur Android. Récemment, nous avons pu voir l'éclosion du SoftPos et du Tap to Pay.
- [Square a récemment lancé le tap-to-pay sur Android](#) pour les marchands aux États-Unis, en Australie, en Irlande, en France, en Espagne et au Royaume-Uni. Cette nouvelle technologie permet aux vendeurs d'accepter les paiements sans contact à l'aide de n'importe quel appareil Android compatible sans frais supplémentaires.
- Également, en mars 2023, [Ingenico acquiert Phos](#), pour avoir l'accès aux outils de solutions de point de vente (SoftPoS), qui, selon Ingenico, est une solution d'avenir.

Source : [Finextra](#)



Banking-as-a-service

Qonto veut orchestrer la relation entre ses clients et leur comptable

Paiement – B2B – 05/04/2023

Pour aller toujours plus loin dans son modèle de [Bank-as-a-Platform](#), la néo-banque française des professionnels, [Qonto](#), vient d'annoncer le lancement de son nouveau service baptisé Hub comptabilité. Comme

son nom l'indique, il permet à ses clients de rapprocher leurs comptes bancaires de leur gestion comptable, facilitant encore un peu plus [leurs tâches administratives](#) et la gestion de leur entreprise. Qonto, pour sa part, consolide sa vision de hub financier et approfondit encore sa relation avec les entreprises en s'adressant aux comptables.

LES FAITS

- La néo-banque du marché BtoB propose désormais aux experts comptables de bénéficier d'un accès privilégié aux données de pré-comptabilité de chacun de leurs clients utilisant les services de Qonto. Pour cela, Qonto a passé un accord avec le site [jedeclare.com](#), qui sert d'interface entre les comptables et les entreprises.
- Un lien simplifié entre les données de transactions bancaires et les cabinets comptables est établi via le protocole de communication EBICS, via [jedeclare.com](#).
- Les comptables peuvent ainsi se connecter à Qonto pour exporter :
 - les documents et justificatifs administratifs, financiers et fiscaux, via Cegid Loop, Tiime, Google Drive ou Dropbox ;
 - les relevés bancaires des clients vers Cegid Expert, ACD, Fulll, Myunisoft, Agiris, Sage Generation Expert et de nombreux autres outils comptables.

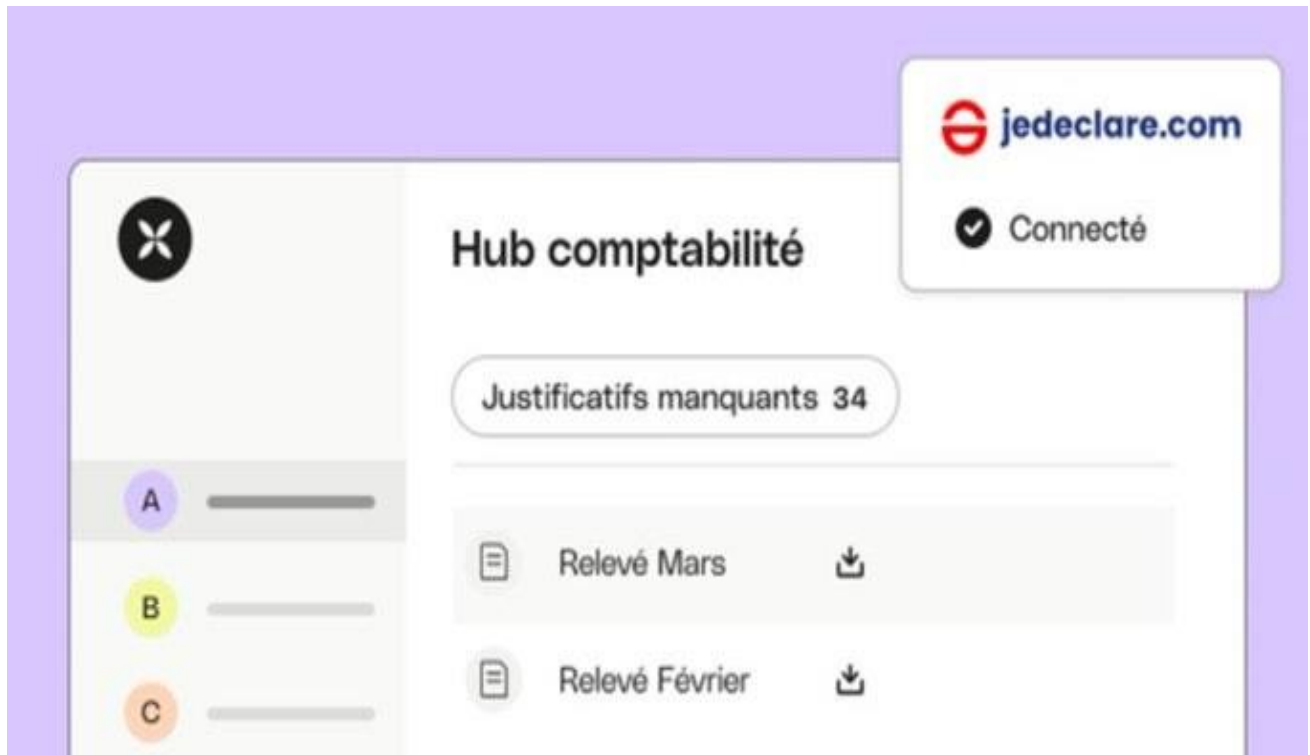
ENJEUX

- **Qonto va s'adresser à la majorité des cabinets comptables** grâce à ce partenariat avec un acteur dont la solution est utilisée par 95 % des experts-comptables en France. Ce partenariat est donc la clé du nouveau service de Qonto qui continue de miser sur les partenariats pour enrichir son offre, comme elle l'avait fait [avec Infogreffe](#) par exemple.
- **Proposer une solution de gestion financière tout-en-un en s'appuyant sur le positionnement privilégié des experts comptables auprès des entreprises** : ce lancement est aussi un moyen de poursuivre ses ambitions de construire une plate-forme multi-services, capable de couvrir tous les besoins des professionnels en matière de gestion administrative et financière.

MISE EN PERSPECTIVE

- Qonto travaille à la construction de son modèle résolument plus proche d'une plate-forme que d'une banque. Qonto se pose ainsi comme un service central de gestion des finances des entreprises au sens large, grâce à l'Open Banking et à l'intégration d'API à sa plate-forme.
- C'est dans cette logique que Qonto multiplie les partenariats ces dernières années, avec des spécialistes tels que [October](#), [Defacto](#), [Silvr](#) et [Karmen](#). Cette stratégie débouchait par exemple sur le [lancement](#) d'une offre complète de financements au sein de son application, en février dernier.
- Sur ce créneau, son grand concurrent s'avère être Pennylane qui a fait exactement le chemin inverse, partant de sa solution de [gestion digitale des cabinets comptables](#) pour offrir à ces entreprises [les services d'une néo-banque](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Païement fractionné - BNPL

Spayr, une alternative au découvert

Païement – BNPL – 12/04/2023

Une startup morbihannaise a développé une solution digitale qui permet aux salariés de recevoir des avances sur salaire en un clic. Elle a noué un accord avec Skello Group, spécialiste des logiciels pour restaurants, bars et hôtels, pour rendre le produit de Skello désormais disponible à leur client.

LES FAITS

- Spayr a développé une solution digitale d'avance sur salaire :
 - Grâce au code confidentiel, les collaborateurs accèdent gratuitement à sa plateforme :
 - pour obtenir une avance sur salaire en un clic sous réserve du solde disponible restant
 - L'avance est versée directement par l'employeur sans demande de justificatifs.
 - Ce dernier a préalablement déposé 10% du montant total de la masse salariale sur un compte sécurisé.
- La rémunération de Spayr est principalement une somme forfaitaire facturée à l'entreprise cliente en fonction du nombre d'employés.
- La plateforme de Spayr compte environ 20 clients et 30 000 employés actifs
- Spayr a signé un accord de partenariat avec Skello, un logiciel SIRH pour l'hôtellerie-restauration.

ENJEUX

- **Compléter son offre en ajoutant la brique technologique de Skello** : Spayr affirme que le partenariat lui permettra de quadrupler ses activités d'ici 2023, ciblant 120 000 bénéficiaires.
- **Une alternative au découvert bancaire** : le groupe cible est généralement les cols bleus plutôt que les cadres à haut revenu.
- **Une rentabilité prévue pour 2024** : à ce jour, Spayr emploie environ 10 personnes et prévoit de doubler ses effectifs à court terme pour atteindre l'équilibre en 2024.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les [avances sur salaires sont généralement des petites sommes](#) "en moyenne de 200 à 300 euros" selon Spayr, mais permet d'éviter les découverts bancaires.
- D'autres acteurs sont également sur le créneau, à l'instar de :
- [Rosaly](#) en phase d'expérimentation avec deux grands groupes de distribution et de services à la personne.
 - [Stairwage](#)
 - Ou même [Bling qui avance le salaire sur ses fonds propres](#). En fin de mois, récupère cette avance directement sur le salaire, la pension de retraite ou les allocations de chômage.

- Malgré une forte intensité concurrentielle, ces startups visent à terme à devenir des « coachs financiers » qui évitent les découverts, gèrent l'épargne et prodiguent des conseils sur la bonne gestion financière personnelle.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Le BNPL toujours dans le radar des autorités européennes

Paiement – BNPL – 13/04/2023

Compte tenu de l'engouement qu'il suscite et du risque de surendettement, plusieurs pays sont en train d'étudier de près les réglementations liées au Buy Now Pay Later (BNPL). Après le Royaume-Uni, c'est autour de l'UE de durcir les règles autour du BNPL.

LES FAITS

- Le texte européen sur les révisions de la directive sur le crédit à la consommation sera présenté en session plénière du Parlement européen avant les vacances d'été.
- Compte tenu de l'attractivité du BNPL, la quasi-totalité des autorités dans le monde craignent que certains consommateurs soient surendettés et ont décidé de mieux encadrer cette pratique.
- Au sein de l'Union Européenne, le BNPL sera bientôt mieux règlementée :
 - Si les prêts inférieurs à 200 € ou les prêts d'une durée inférieure à 90 jours sont toujours exemptés de la directive sur le crédit à la consommation, ils seront pris en compte lors de la révision de la directive.
 - Les prêteurs devront avoir besoin d'évaluer en profondeur la solvabilité des consommateurs.

- Les publicités devront évoquer les risques liés à l'emprunt et les taux d'intérêt peuvent être plafonnés pour éviter les abus.
- Quand la directive sera adoptée, chaque État membre sera libre de la transposer. Pour rappel en 2008, la France avait choisi d'être beaucoup plus stricte que la directive européenne.

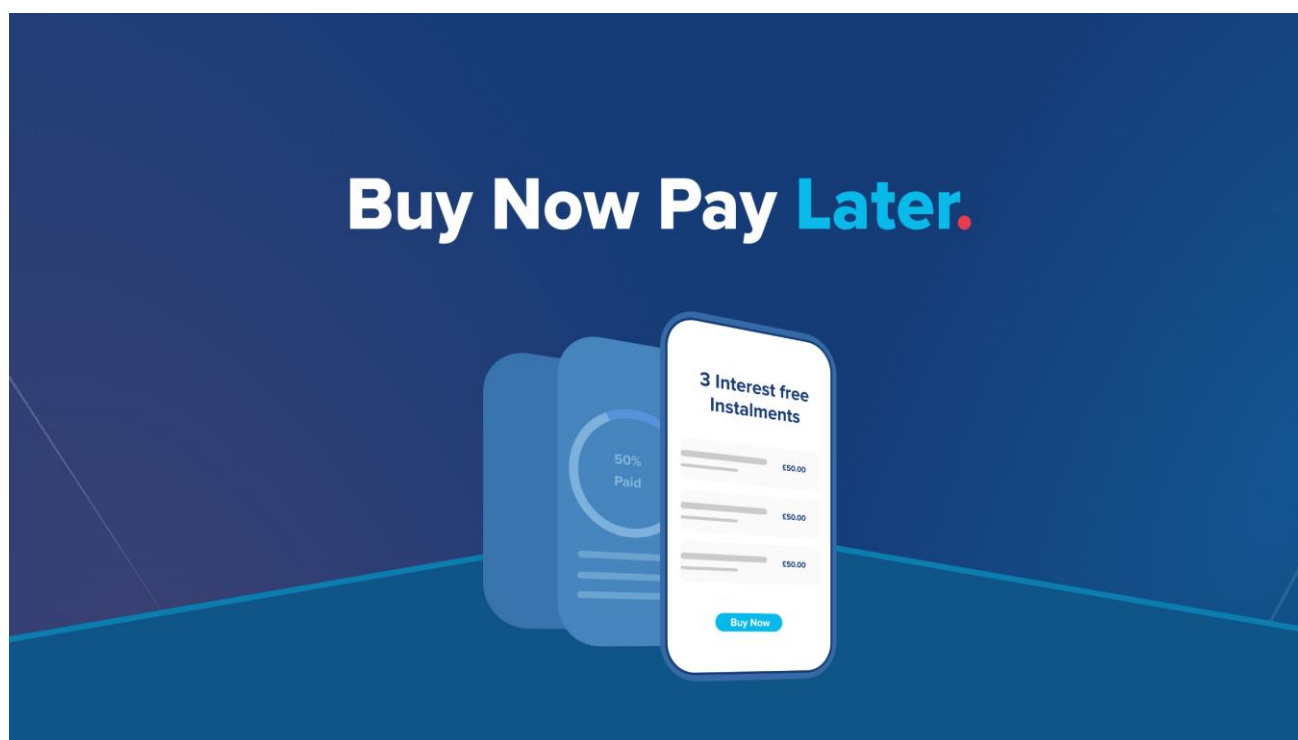
ENJEUX

- **Une meilleure étude de la solvabilité des consommateurs** : les discussions sont toujours en cours à Bruxelles. Ils voulaient d'abord exclure les places de marché (comme Amazon) pour ne pas pénaliser les petits commerçants. Mais cette possibilité a finalement été écartée et la présidence suédoise du Conseil de l'Union veut clore le dossier rapidement, avec un vote en plénière au Parlement européen prévu avant les vacances d'été.
- **Un impact sur l'expérience client** : si la réglementation BNPL venait à changer, cela pourrait avoir un impact significatif sur la fluidité du parcours et par ricochet sur la rentabilité et l'attractivité du BNPL. Par exemple, si un client doit alors soumettre une fiche de paie, une partie des clients ne finaliseront pas leur achat en plusieurs fois. Le dilemme est alors de trouver un compromis qui ne détruise pas l'attractivité du produit pour les consommateurs et les distributeurs.
- **Une pression sur la rentabilité du BNPL** : les coûts opérationnels liés à l'analyse des risques et à la gestion financière, si deviennent les mêmes que celles du crédit à la consommation, alors les acteurs verront un réel impact négatif sur la rentabilité.

MISE EN PERSPECTIVE

- Au [Royaume-Uni, les acteurs du BNPL sont strictement réglementés par le régulateur financier du pays, la Financial Conduct Authority](#). En février dernier, l'agence a déposé un projet de loi pour lancer une consultation publique sur les taux d'intérêt, les délais, l'information des consommateurs et l'analyse de crédit des consommateurs.
- Une [alerte des autorités allemandes, après notamment une étude sur des jeunes de moins de 25 ans, et l'augmentation de 98% entre 2019 et 2020, des plaintes liées à ce type de paiement en Allemagne](#), selon la VZBV :
 - Les autorités allemandes sont particulièrement préoccupées par le risque d'insolvabilité des jeunes de moins de 25 ans :
 - 50% des jeunes allemands ont déjà utilisé une solution de BNPL.
 - Notamment dû à la simplicité du système intégré à la plateforme d'achat et apprécient la possibilité de commander et de retourner des vêtements en plusieurs tailles.
 - Le problème est que 10% des jeunes oublient "souvent" de payer, et 3% "presque toujours", selon les recherches de la Schufa, l'organisme de crédit allemand.
 - Près de 40% des jeunes déclarent également utiliser le BNPL pour des achats qu'ils n'ont pas les moyens de payer.

Source : [Les Echos](#)



Paievements internationaux

Carrefour veut fidéliser ses clients avec MoneyGram

Paievement – Stratégie d'acteur – 19/04/2023

Carrefour et MoneyGram se sont associés pour faciliter les transferts d'argent en Europe et en Amérique latine. L'objectif est de développer le réseau MoneyGram et de fidéliser la clientèle de Carrefour.

LES FAITS

- Carrefour ouvrira plus de 500 comptoirs MoneyGram dans les magasins des principaux pays d'ici 2024.
- Concrètement, des employés d'agence spécialement formés permettront aux clients d'effectuer des virements, dans plus de 200 pays gérés par MoneyGram.
- Huit pays participeront : la France, l'Espagne, l'Italie, la Belgique, la Pologne, le Brésil et l'Argentine.
- MoneyGram, permet de nombreuses options pour envoyer et recevoir de l'argent :
 - sur un compte bancaire, un portefeuille mobile, dans des milliers d'agences, en ligne ou à partir de leur application

ENJEUX

- **Une extension du modèle initiée en Roumanie** : l'enjeu pour les deux enseignes est de répliquer le modèle mis en place en Roumanie depuis 13 ans, en s'étendant désormais aux hypermarchés et supermarchés de sept nouveaux pays.

- **Offrir une palette de services pour fidéliser les clients** : pour Carrefour, cette approche renforce sa stratégie de service visant à la fois à générer du trafic dans ses magasins et à fidéliser les clients existants. Par exemple, des tarifs préférentiels s'appliquent lors de transferts d'argent entre clients Carrefour.
- **Faire concurrence aux fintechs** : les professionnels du transfert de fonds (Western Union, Ria ou encore MoneyGram) sont en pleine mutation. Ces acteurs, spécialisés dans les petits transferts monétaires, assistent à la montée en puissance des fintechs (telles que Wise et Remitly) qui proposent le même type de service à un coût bien moindre. L'industrie a dû réagir en repensant les réseaux et en rendant les services accessibles via des points de contact en ligne et physiques.

MISE EN PERSPECTIVE

- Après les bureaux de tabac et les supermarchés, à l'instar de [Nickel disponible pour les bureaux de tabac](#), les prestataires de services financiers recherchent de nouvelles façons d'atteindre le grand public. Depuis peu, la FDJ propose de [payer un loyer](#) ou [des factures](#) dans un bureau de tabac.
- En France, depuis 2016, la marque [Franprix propose l'accès aux services de transfert d'argent Western Union dans certaines agences](#).

Source : [Communiqué de Presse](#)



Cybersécurité, Identité & Biométrie

Altme obtient la conformité pour gérer l'identité numérique des européens

Identité Numérique – Europe – 06/04/2023

A nouvelle FinTech, nouvelles ambitions. Altme a été créée en 2022 et vient d'obtenir sa conformité à l'infrastructure européenne de services blockchain (EBSI). Elle propose des solutions d'identité décentralisées correspondant à l'évolution des ambitions et de la réglementation européenne sur les cryptoactifs et les questions d'identité numérique.

LES FAITS

- Le wallet [Altme](#) est disponible sur iOS et Android depuis 2022. Il est présenté comme un portefeuille crypto multi-services, capable de prendre en charge à la fois :
 - les actifs numériques telles que des crypto-monnaies (de Tezos, Ethereum ou encore Polygon), mais aussi les tokens et collections NFT,
 - des cartes d'étudiants, de membres ou encore de fidélité,
 - l'identité numérique de ses utilisateurs.
- Tout juste certifié conforme à l'EBSI, il promet désormais à ses utilisateurs de stocker des documents d'identité numériques au sens large dans un format sécurisé. Les données sont ainsi cryptées et partagées sous le contrôle exclusif de leur propriétaire.
- Altme se pose comme un acteur capable de lier l'écosystème du Web 3.0 au nouveau standard d'identité numérique mis en place par l'Union européenne. Son service respecte par ailleurs les nouvelles réglementations MiCA et TFR en matière de cryptomonnaies.

ENJEUX

- **Une conformité aux ambitions européennes** : L'EBSI est soutenue par la Commission européenne et 29 pays européens. Altme entend d'ailleurs proposer son service plus largement pour s'imposer comme une référence de l'identité numérique en Europe à moyen terme.
- **Une gestion large de l'identité** : Altme précise déjà que de grandes universités européennes délivreront plusieurs dizaines de milliers de diplômes dans un format numérique d'ici 2023. La start-up pourra ainsi gérer ces documents et bien d'autres encore par la suite (y compris les cartes d'identité numérique et plus tard encore les permis de conduire et autres cartes vitales par exemple).

MISE EN PERSPECTIVE

- La question de la gestion des crypto-actifs et des solutions d'identification numérique est au cœur de nombreux travaux ces dernières années en Europe. L'enjeu est d'éviter la disruption sur ces thématiques d'avenir, de conserver sa souveraineté et d'assurer la sécurité des européens sur des thèmes clés.

- La Commission Européenne soutient donc le développement des projets de certains acteurs innovants, tout en comptant aussi sur les acteurs historiques de la finance et de l'identité pour développer ses propres solutions.
- Le consortium [Potential](#), mené par l'Agence nationale des titres sécurisés - ANTS et [Docaposte](#), rassemble par exemple actuellement de nombreux acteurs à savoir BNP Paribas, [La Poste Groupe](#), Thales Digital Identity and Security (ex Gemalto), [IN Groupe](#), [Orange](#), Archipels, LuxTrust S.A., Namirial, IDEMIA, Signaturit France (Universign), Samsung Electronics France, Institut Mines-Télécom, Inria, CEA, [La Banque Postale](#), Groupe [Crédit Agricole](#) et Groupe [BPCE](#).

Source : [Communiqué de presse](#)



Cybermalveillance.gouv.fr et Mastercard lancent le "Fraude Fight Club" pour sensibiliser les jeunes

Paiement – Règlementation – 11/04/2023

"Fraud Fight Club" est une campagne de lutte contre les escroqueries par ingénierie sociale basée sur les témoignages de victimes et l'analyse des médias sociaux. Lancé par des banques, avec le Groupement d'Intérêt contre les cybermalveillances, la Banque de France et plusieurs entreprises privées, l'événement se déroule sur Instagram et s'adresse aux 25-35 ans.

LES FAITS

- Les consommateurs sont de plus en plus confrontés au fléau de la fraude en ligne, comme par exemple, des e-mails aux couleurs d'une vraie banque, des SMS de renouvellement d'abonnement en temps opportun ou des offres à ne pas manquer, qui s'avèrent en réalité être des dispositifs de phishing.

- Partenaires de l'initiative : Cybermalveillance.gouv.fr, ComCybergend, la Banque de France, Mastercard, Campus Cyber, Crédit Mutuel-CIC, La Banque Postale, la FEVAD, LCL, Mercatel, Orange Banque, SG, ou encore Treezor.
- Le "Fraude Fight Club" est une campagne digitale destinée aux 25-35 ans, qui se déroule sur instagram.
- L'ensemble de la campagne se déroulera sur les réseaux sociaux et vise à promouvoir une approche altruiste, protectrice et bienveillante, notamment auprès des jeunes.
- La singularité de ce programme repose sur l'ethnographie pour comprendre la relation entre les individus et la fraude à travers l'analyse des réseaux sociaux, les conversations et les entretiens avec les victimes de fraude.

ENJEUX

- **Les Millennials sont vulnérables aux escroqueries par ingénierie sociale et pas toujours sensibilisés à la cybersécurité** : la littératie numérique des milléniaux continue d'être un atout dans leur vie quotidienne, mais c'est aussi l'une de leurs faiblesses. Les jeunes peuvent agir en sur-confiance grâce à cette connaissance et baisser leur vigilance sur les fraudes en ligne.
- **Eduquer les ménages pour lutter contre les fraudes en ligne** : les escroqueries sont de plus en plus sophistiquées et touchent des personnes de tous âges, y compris les connaisseurs du numérique. La campagne vise à aiguïser les réflexes de chacun face aux tentatives de fraude, à anticiper les coups des fraudeurs, à trouver les contre-mesures appropriées et à les former à anticiper les activités frauduleuses.
- **La cybersécurité un enjeu pour le gouvernement** : le gouvernement est conscient de l'augmentation des appels au soutien des ménages qui visite leur site Cybermalveillance.gouv.fr sur les 4 dernière années. Sur les 3,8 millions de visiteurs uniques, 92% sont des particuliers, ciblant particulièrement les jeunes qui ignorent les dangers sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon une [récente étude réalisée par la Fédération Française Bancaire Française en octobre 2022](#), 51% des Français déclarent avoir déjà été confrontés à des tentatives de fraude aux données bancaires. Cela est particulièrement vrai pour les jeunes âgés de 25 à 35 ans, qui sont particulièrement vulnérables aux escroqueries d'ingénierie sociale. Les escroqueries par ingénierie sociale consistent en une manipulation psychologique dans des contextes hautement fiables et peuvent trahir la confiance de la victime en utilisant la terreur et des jeux de pression douloureux.
- Selon [les recherches de Dell Technologies, les cybermenaces, au télétravail et les risques liés aux charges de travail modernes sont de véritables priorités](#) :
 - 67 % sont préoccupés par la gestion des logiciels malveillants et des rançongiciels
 - 70 % ont identifié un risque accru de cybermenaces chez les télétravailleurs
 - 67 % sont moins confiants dans la protection de leurs données sur tous les clouds publics
 - 86% des entreprises ont été impactées par une cyber-menace
 - En moyenne, le coût médian des cyberincidents pour les organisations a dépassé le cap du million de dollars en 2022

Source : [Communiqué de Presse](#)



BNP Paribas noue un partenariat avec Worldline pour réduire la fraude IBAN dans les prélèvements SEPA

Paiement – Règlementation – 14/04/2023

BNP Paribas Cash Management a choisi Worldline pour réduire la fraude dans les virements de prélèvement SEPA. La fraude, que ce soit pour les particuliers ou les entreprises, est en constante évolution, obligeant les acteurs à durcir leurs systèmes contre les cyberattaques malveillantes.

LES FAITS

- BNP Paribas Cash Management a lancé la solution Worldline, qui combine la signature électronique des mandats SEPA (Worldline Payment Suite) avec la vérification des comptes basée sur l'Open Banking.
- SEPA Direct Debit (SDD) est un mode de paiement automatisé utilisé pour payer des factures uniques ou récurrentes dans un espace unique de paiement en euros via un mandat signé.
- BNP Paribas Cash Management est la première entreprise à intégrer la solution de vérification de compte de Worldline dans un produit en marque blanche appelé EasyCollect :
 - L'API de signature électronique d'EasyCollect permet la signature en ligne des mandats SDD. EasyCollect utilise l'Open Banking pour vérifier que le payeur est le véritable propriétaire de l'IBAN utilisé pour signer le mandat.
 - Le client s'authentifie fortement auprès de sa banque et autorise EasyCollect à obtenir automatiquement un IBAN auprès de sa banque.
 - EasyCollect fournit également une base de données centralisée et une API pour créer et gérer les prélèvements SEPA

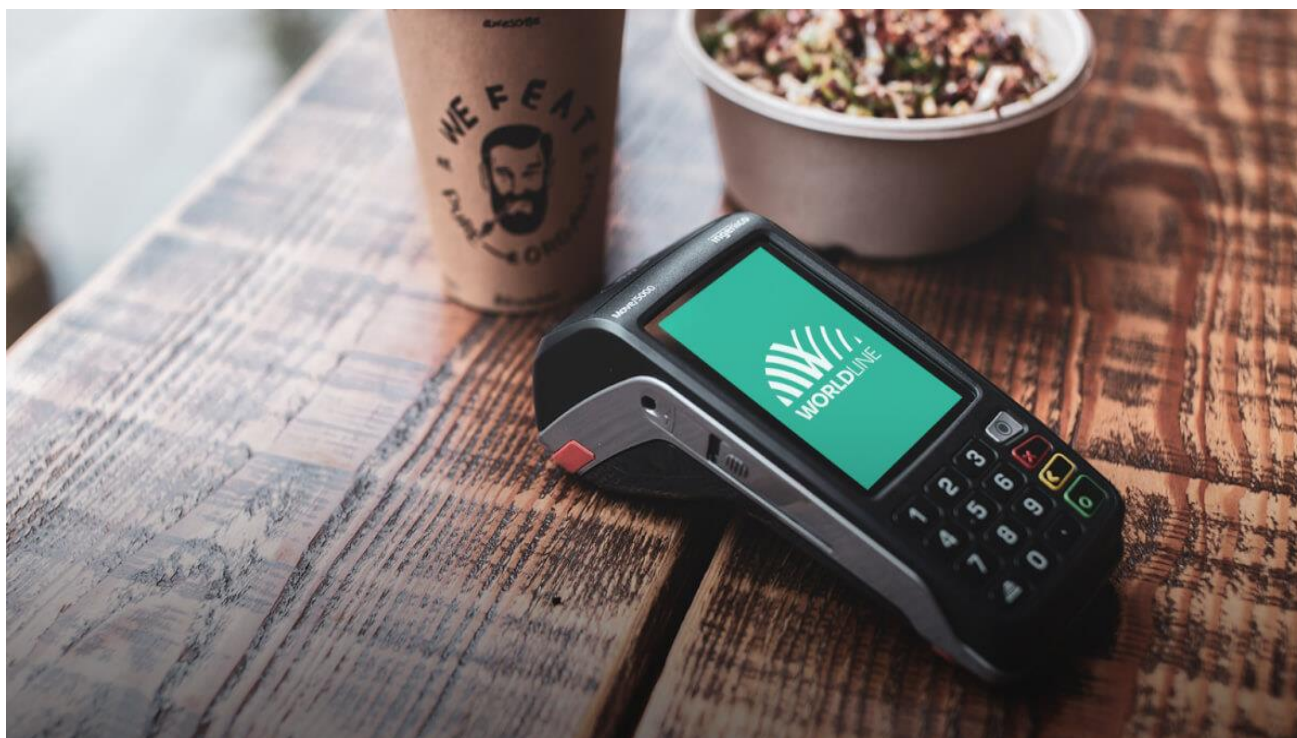
ENJEUX

- **Réduire la fraude à l'IBAN** : selon BNP Paribas Cash Management, le stratagème est à l'origine de plus de 60 % des prélèvements frauduleux ces dernières années. La solution vise donc, à prévenir le risque d'utilisation frauduleuse de l'IBAN d'autrui lors de la signature de mandats.
- **Être précurseur sur la fraude IBAN** : BNP Paribas veut se positionner comme un pionnier dans le domaine et s'apprête à établir de nouveaux standards dans la mise en œuvre des prélèvements SEPA.
- **Offrir aux entreprises des paiements sécurisés tout en offrant aux utilisateurs une expérience client augmentée** : la mise en œuvre des mandats SEPA existants et des solutions de prélèvement EasyCollect réduit le risque de fraude SDD et fidélise les clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- Récemment, La [Banque Postale a officiellement annoncé l'acquisition de la technologie du spécialiste français de la FinTech Joe](#), Buy Now Pay Later (BNPL). Cette acquisition est une nouvelle étape stratégique dans le positionnement de la banque française sur un marché encore à fort potentiel. Selon [une étude BlueSecure, 2 entreprises sur 3 seraient victimes d'une fraude IBAN en 2021, et dont 25 % seraient victimes d'une fraude avérée](#). En effet, avec la recrudescence du travail à distance, les attaques sont devenues plus sophistiquées et se font par tous les canaux. Alors que les individus étaient auparavant ciblés, les cybercriminels ciblent désormais les organisations, les services de comptabilité étant ciblés en premier. Ce type d'attaque est une technique d'ingénierie sociale. En fait, les cyber-attaquants utilisent des moyens plus sophistiqués pour amener les gens à soumettre des données sensibles ou à cliquer sur des liens menant à des sites web compromis.
- Jusqu'alors, [la fraude au virement était "essentiellement constatée" chez les entreprises, selon le rapport annuel de cybermalveillance.gouv.fr](#). Mais depuis l'année dernière, les responsables ont averti que le processus "affecte également de nombreux particuliers" :
 - En 2022, 41 000 personnes ont consulté des articles expliquant comment se protéger de cette menace. Un chiffre en augmentation de 37% en un an.
- Récemment, [Mastercard et Cybermalveillance.gouv.fr ont lancé l'initiative "Fraud Fight Club"](#). Il s'agit d'une campagne contre les escroqueries d'ingénierie sociale basée sur les rapports des victimes et l'analyse des médias sociaux. Créé par le Groupement d'Intérêt Bancaire, la Banque de France et plusieurs entreprises privées, l'événement se déroule sur Instagram et s'adresse aux 25-35 ans, pour lutter contre les cybermalveillances.

Source : [Communiqué de presse](#)



Stratégies d'acteurs

Retour d'expérience : GoCardless fait de la France son hub d'opération

Paiement – International – 05/04/2023

La solution de paiement GoCardless a annoncé avoir doublé son volume de ventes en France en juin 2022. Cette envolée, fait de la France le deuxième pays à la croissance la plus rapide, due à l'attrait du marché pour les paiements électroniques, un secteur très concurrentiel porté par une grappe d'innovation constante.

LES FAITS

- GoCardless compte plus de 75 000 entreprises, des startups aux grands comptes pour collecter des paiements récurrents et ponctuels.
- GoCardless a traité plus de 30 milliards de dollars de paiements dans plus de 30 pays.
- Basée au Royaume-Uni, elle a des bureaux en Australie, en France, en Lettonie et aux États-Unis.
- En France, GoCardless accompagne des acteurs tels que Doctolib, Luko, Soweé ou encore Payfit.
- GoCardless fournit des chiffres pour 2022 :
 - les revenus comptabilisés ont également doublé (vs A-1)
 - +25% de valeur moyenne des contrats
 - +68% pour les revenus internationaux (en glissement annuel)
 - + 45% du chiffre d'affaires (en glissement annuel)

- +40% du volume total des paiements traités
- GoCardless a doublé son volume de ventes sur le marché français en 2022 (vs A-1) :
 - GoCardless France compte désormais 30 collaborateurs et a doublé son équipe en 2022.

ENJEUX

- **Les résultats obtenus en France ont contribué à la bonne performance mondiale de la fintech britannique** : le bureau de Paris est devenu le hub des opérations européennes de GoCardless. Une trajectoire tout aussi prometteuse pour 2023, avec une croissance probablement tirée par les percées de GoCardless dans son offre de paiement dans l'open banking.
- **GoCardless continue de lancer de nouveaux produits pour répondre aux besoins des clients** : GoCardless a lancé ces six derniers mois deux solutions anti-fraude. Verified Mandates, qui utilise l'open banking pour prévenir la fraude, et Protect+, qui traite des millions de transactions basées sur l'apprentissage automatique.
- **L'ouverture de son réseau mondial unique de paiement bancaire pour se développer** : avec le lancement de GoCardless Embed, les PSP ont désormais accès à son réseau mondial, et permet à la fintech d'atteindre des millions de payeurs via les autres PSP.

MISE EN PERSPECTIVE

- En intégrant [l'open banking avec Nordigen, qui couvre déjà plus de 2 400 banques dans 31 pays](#), GoCardless étendra sa portée européenne et apportera les avantages de l'open banking aux divers acteurs présents sur le marché.
- Selon une [étude de GoCardless via Attest auprès de 500 cadres et/ou décideurs français qui influencent la stratégie de paiement de leur entreprise](#), 70 % des entreprises françaises déclarent que le climat économique a eu un impact significatif sur les revenus qu'elles ont perdues en raison de la fraude.

Source : [Communiqué de presse](#)

GoCardless

Stripe publie une lettre annuelle : malgré la hausse du volume des transactions, sa croissance ralentit

Paiement – Stratégie d'acteur – 18/04/2023

C'est la deuxième année consécutive que les frères Collison publient une note de mise à jour annuelle détaillant les mesures clés des opérations de Stripe. La fintech est actuellement évaluée à 50 milliards de dollars.

LES FAITS

- Selon une mise à jour signée par les co-fondateurs, et frères, Patrick et John Collison (PDG et président, respectivement), Stripe a déclaré :
 - +26% par simultanéité à 2021 des transactions à 817 milliards de dollars en 2022, (vs 640 milliards de dollars à A-1),
 - Plus de 100 sociétés traitant chacune 1 milliard de dollars de paiements sur la plate-forme.
 - +19% de nouveaux clients, avec une moyenne de plus de 1000 nouvelles entreprises rejoignant quotidiennement Stripe.
 - Bien que les États-Unis soient leur plus grand marché, 55 % des entreprises qui ont rejoint Stripe l'année dernière étaient basées en dehors des États-Unis.
 - Stripe est actuellement actif sur 50 marchés.
- L'expérience client comme facteur clé de succès, avec comme devise : "Les utilisateurs d'abord". L'année dernière, grâce aux commentaires des utilisateurs :
 - Stripe a créé 244 nouvelles fonctionnalités destinées aux utilisateurs,
 - 336 mises à jour de leurs API.

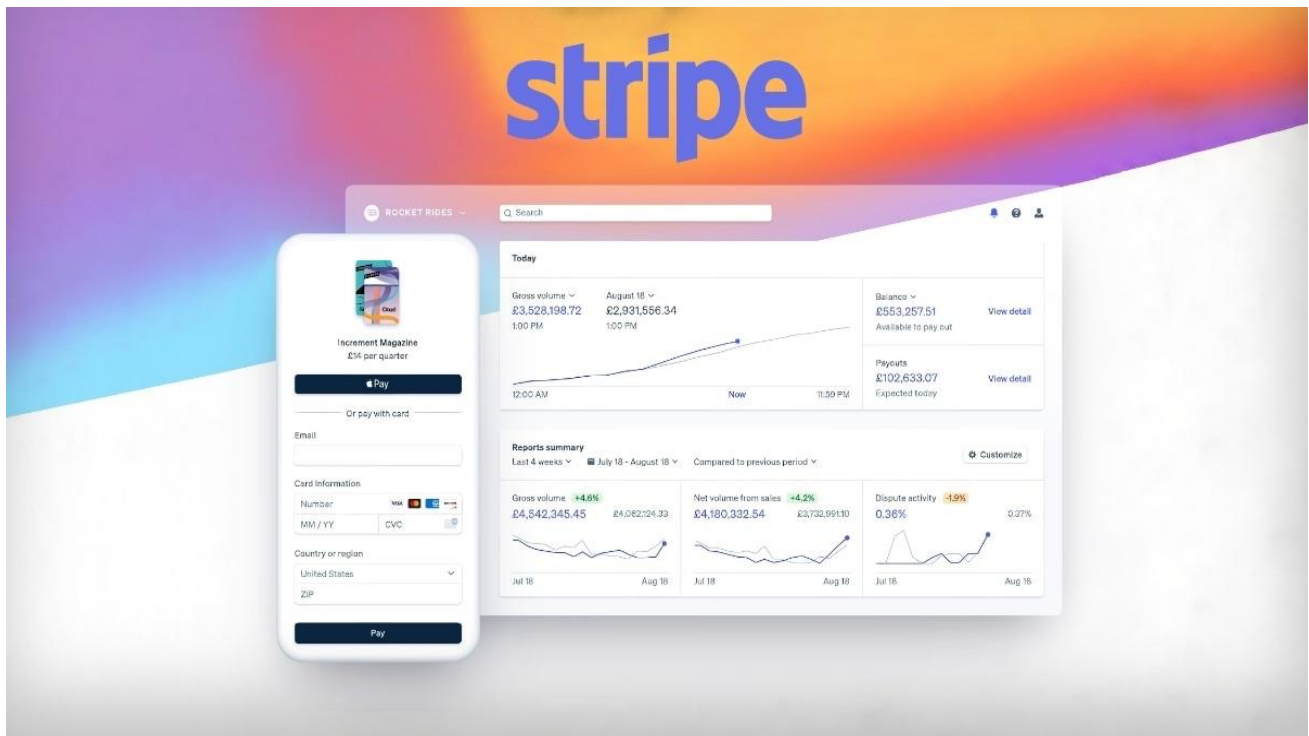
ENJEUX

- **Une croissance au ralenti** : bien qu'une partie de la croissance de l'activité l'année dernière soit due à l'énorme croissance des paiements en ligne, au plus fort de la pandémie de COVID-19. Mais cette année, les volumes de transactions ont peut-être augmenté de 26%, mais en 2021, le taux était de 60%. De même pour le nombre de nouvelles entreprises, 1 000 nouvelles entreprises par jour en 2022, contre 1 400 par jour il y a un an.
- **Stripe mise sur une stratégie de diversification** : Stripe a lancé de nombreux services qui complètent son produit de paiement principal, les utilisant comme un excellent moyen de renforcer les relations avec les clients, de créer des flux de revenus plus importants et de remonter sur la chaîne de valeur du paiement.
- **S'associer avec des jeunes startups** : Stripe s'associe à des startups en phase de démarrage à la recherche de croissance. Parmi ces plus de 100 leaders de catégorie, plus de la moitié ont multiplié leurs revenus par 10 et plus d'un quart par 100 avec Stripe. Comme Instacart, Substack et DoorDash ont facturé leurs premiers clients via Stripe.

MISE EN PERSPECTIVE

- Stripe [a levé 6,5 milliards de dollars le mois dernier, à une valorisation de 50 milliards de dollars](#), une baisse significative par rapport à sa valorisation de 95 milliards de dollars, il y a deux ans.
- Stripe avait pour rappel, [supprimé 14% de ses effectifs en novembre 2022](#), soit 1000 postes sur ses sites de San Francisco et de Dublin.
- Stripe a [récemment annoncé qu'il utilisera Chat GPT-4 pour renforcer son support client et lutter contre la fraude](#). L'intelligence artificielle permet de :
 - faciliter l'assistance aux utilisateurs en éliminant l'analyse des pages Web et en résumant leur activité en dehors de l'écriture humaine ;
 - apporter aux développeurs des réponses pertinentes aux questions techniques en interprétant les problèmes et en reformulant les documents,
 - Dans Discord, Stripe utilise ChatGPT pour analyser la syntaxe des messages et identifier les comptes potentiellement frauduleux : des équipes spécialisées peuvent alors effectuer une authentification humaine pour évaluer les risques et lutter contre la fraude.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Mooncard lève 37 millions d'euros et vise la rentabilité

Paiement – Stratégie d'acteur – 20/04/2023

Mooncard, spécialisée dans la carte de paiement des dépenses professionnelles, a clôturé un nouveau cycle de financement de série C, censé assurer sa rentabilité cet été et stimuler sa croissance.

LES FAITS

- Créée en 2016, Mooncard fournit une solution SaaS pour les cartes de crédit professionnelles des employés. Il se connecte également aux logiciels comptables de l'entreprise cliente (SAP, Cegid, Sage...) pour automatiser entièrement le traitement des dépenses et des notes de frais :
 - L'outil identifiera également la TVA récupérable, notamment en traitant directement les données auprès du schème (Visa).
 - Les cartes sont totalement paramétrables par employé ou profil d'utilisateur (exemple : service marketing, service RH, ...) sur la base de 60 critères. Il est possible de :
 - définir un plafond quotidien,
 - activer et désactiver des catégories de dépenses (restaurants, stations-service, achats internationaux, paiements en ligne, etc.) via des "codes marchands" (MCC),
 - paramétrer un sms de validation par les managers par SMS,
 - Tout cela depuis un dashboard en temps réel
- Les abonnements mensuels commencent à 49 €/mois pour les PME et 500 €/mois pour les grandes entreprises (plus 5 €/mois par carte).

- Le modèle économique de Mooncard repose également sur une commission payée par Visa pour chaque transaction.
- Les cartes sont émises par Visa et assurées par AIG et Gras Savoye, physiquement ou virtuellement.
- Mooncard s'est associée à Flying Blue pour gagner des Miles Air France-KLM sur chaque dépense, similaire au programme American Express.
- Mooncard annonce un financement en série C de 37 millions d'euros, elle accueille deux nouveaux investisseurs :
 - Orange Ventures et le fonds canadien Portage, qui viennent s'ajouter aux investisseurs historiques (Aglaré Ventures, Blackfin Capital, Partech, Raise Ventures) qui ont également participé.
- Elle embauche 150 salariés, et détient plus de 6 000 clients (dont Air France, Mirakl, Vinci, Norauto) :
 - dont 400 à l'étranger, et environ 500 établissements publics (cabinet du premier ministre, ministères, régions, départements, police, gendarmerie).
- Le chiffre d'affaires n'a pas été divulgué, mais elle estime que le volume de paiement traité dépasse plus de 200 millions d'euros par an et continue de doubler chaque année.
- La société est présente en Allemagne, en Autriche, en Belgique, en Espagne, en Italie et aux Pays-Bas.

ENJEUX

- **Une potentielle synergie avec Orange** : la participation d'Orange Ventures promet des synergies potentielles avec l'opérateur, y compris l'analyse de données pour les gestionnaires de flottes automobiles.
- **Une levée de fonds pour assurer les performances économiques** : grâce à cette levée, la startup a vu augmenter de 45% sa valorisation, avec une rentabilité attendue pour cet été. Cette levée vise également à renforcer les pays où Mooncard est présent depuis plus d'un an et à continuer à développer de nouveaux projets.
- **Permettre aux entreprises de faire des gains de productivité** : le secteur B2B poursuit sa quête de digitalisation. Après avoir attaqué activement le marché B2C, l'innovation en matière de paiement est devenue un véritable enjeu pour les entreprises. La raison d'être de Mooncard est de faire gagner du temps en évitant de ressaisir les notes de frais et d'améliorer le bien-être des salariés en offrant aux salariés un moyen de paiement, notamment sur les tâches sans valeurs ajoutées.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les fintechs alliant le côté financier et RH (Rhtech) sont de plus en plus convoitées par les investisseurs. Par exemple, l'année dernière, [Spendesk a levé 100 millions d'euros pour stimuler sa croissance et conquérir de nouveaux marchés](#).
- En mars 2023, [la start-up française N2F \(application de gestion des notes de frais pour les PME et ETI\), a bouclé un tour de table de 24 M€ avec le PSG Equity](#). Le premier cycle de financement a été utilisé pour croître grâce à l'internationalisation, embaucher 200 employés et développer davantage le dernier produit de l'entreprise, le logiciel de gestion des ressources humaines, Keeple.
- Récemment, une [nouvelle incursion sur le marché de Qonto](#). C'est la suite logique pour [Qonto après le rachat de Penta en 2022](#), qui continue d'adapter son offre aux entreprises, pour leur offrir une solution

couvrant les besoins à 360°. Après le lancement [en 2023 de la plateforme de financement et du Hub comptabilité](#), Qonto lance un outil de gestion des notes de frais.

Source : [Communiqué de presse](#)



Cofidis en quête de racheter Cetelem en Hongrie

Païement – Crédit – 25/04/2023

Le Crédit Mutuel Alliance Fédérale, via sa filiale Cofidis, veut racheter les activités de crédit à la consommation de BNP Paribas Personal Finance en Hongrie. Des discussions sont aussi en cours pour céder l'activité en République Tchèque à l'autrichien Erste Group. Une stratégie de restructuration pour BNP Paribas Personal, pour pour **bénéficiaire d'économies** d'échelle.

LES FAITS

- Bank Magyar Cetelem, la filiale hongroise de BNP Paribas Personal Finance, est active depuis 1996.
- BNP Paribas est en pourparlers pour vendre son activité hongroise de crédit à la consommation Magyar Cetelem Bank à Credit Mutuel Alliance Federal (CMAF), selon plusieurs sources confirmant les informations de Bloomberg.
- Les négociations en cours pourraient encore échouer. Aucun des deux groupes bancaires n'a souhaité réagir après avoir été contacté.
- Selon Bloomberg, outre la Hongrie, des négociations sont en cours pour vendre ses activités en République tchèque à l'Autrichien Erste Group.
- La fin des activités en Roumanie a été annoncée le mois dernier. Enfin, en décembre, un accord a été signé avec la banque grecque Eurobank pour acquérir sa filiale bulgare.

ENJEUX

- **BNP Paribas Personal Finance se restructure** : durement touchée par la hausse des taux d'intérêt, la hausse de l'inflation et le ralentissement de l'activité. BNP Paribas souhaite se recentrer sur les pays qui, selon lui, ont atteint une masse critique pour bénéficier d'économies d'échelle, notamment en matière de refinancement. Cela s'est notamment traduit par la révision de son implémentation en Europe centrale hors zone euro.
- **En Hongrie, Cetelem a particulièrement souffert pendant la période du Covid** : en raison du moratoire sur le remboursement des prêts par les autorités, a expliqué une source. Un pourcentage important de clients a cessé d'effectuer de rembourser leurs mensualités de crédit, même s'ils en avaient la possibilité.
- **L'opération permettrait de renforcer Cofidis en Europe centrale et de changer d'échelle** :
 - La filiale Cofidis est déjà présente dans neuf pays européens, dont la Hongrie.
 - Elle emploie 382 salariés et revendique un encours brut de 336 M€.
 - Cetelem n'a pas communiqué pas sur les encours bruts, mais, elle emploie plus de 300 personnes et compte 300 000 clients en Hongrie.

MISE EN PERSPECTIVE

- Alors que BNP Paribas Personal Finance annonce sa fermeture en Europe centrale, de son côté le Crédit Agricole annonce que :
 - [Crédit Agricole CIB ouvre une succursale à Copenhague au Danemark](#). Une initiative inscrite dans le plan stratégique de la banque et vise notamment à renforcer sa présence en Europe et ainsi capitaliser sur les opportunités offertes par les marchés nordiques.
 - [Crédit Agricole a créé en Chine une banque d'investissement M&A dénommée Crédit Agricole \(Beijing\) Advisory Services](#). Elle met un accent particulier sur les acquisitions, les cessions et les levées de capitaux, selon un communiqué du Crédit Agricole.
- Le Tap-to-Pay, essaye de s'introduire dans les pays nordiques. Avec [Finaro \(société de paiement israélienne\), qui s'est associée à Mastercard, à la néobanque nordique Northmill et à la société de technologie commerciale Digital NMI pour proposer le Tap-to-Pay](#). La Suède, la Norvège et la Finlande sont les premiers marchés que l'entreprise ciblera après l'introduction de la technologie aux États-Unis en 2021.
- Du côté de [BNP Paribas Personal Finance, a été récemment conclu un partenariat exclusif avec la captive Stellantis](#) dans ses activités financières et détient l'intégralité de ses participations sur trois marchés stratégiques : l'Allemagne, l'Autriche et le Royaume-Uni. Cela représente environ 40 % de toutes les nouvelles immatriculations de voitures en Europe.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Allianz pourrait vendre ses parts de N26

Stratégie d'acteur – International – 26/04/2023

La filiale de capital-risque Allianz X a demandé à une banque conseil d'étudier les possibilités de vendre sa participation de 5,3% dans N26. La néo-banque est actuellement évalué à 3 milliards de dollars, soit trois fois qu'en 2021 (à 9 milliards de dollars en octobre 2021).

LES FAITS

- La compagnie d'assurances Allianz, l'un de ses principaux actionnaires via sa filiale de capital-risque Allianz X, envisage de sortir du capital de N26 (Allemagne).
- Le groupe a engagé une société de conseil pour vendre sa participation de 5,3 %, valorisant l'entreprise à 3 milliards de dollars, selon le Financial Times :
 - Soit, une décote de 68 % par rapport à la valorisation de 9 milliards, d'octobre 2021.
- Autre argument en faveur de la sortie du capital de N26 après 4 ans d'accompagnement de N26 :
 - La mise en place d'un plafond de 50 000 nouveaux clients par mois imposé par l'Autorité fédérale de surveillance financière (BaFin) en octobre 2021
- Il existe plusieurs raisons pour lesquelles les investisseurs ne s'intéressent plus aux fintechs :
 - La première : des questions se posent sur les business modèles des néobanques et des fintechs.
 - La seconde : la hausse des taux d'intérêt est également associée aux difficultés de ces structures, dont beaucoup sont encore peu ou pas rentables.

ENJEUX

- **Allianz veut investir dans les services financiers et l'assurance** : Allianz X a pu autofinancer ses investissements minoritaires au cours des deux dernières années. L'entreprise affirme également vouloir cette année se développer et investir pour renforcer son écosystème Allianz autour des services financiers et de l'assurance.
- **Un contrôle de la BaFin plus strict** : la fixation du plafond de 50 000 nouveaux clients par jour, avait pour objectif de durcir ses mesures anti-blanchiment pour N26 (la néo-banque au 8 millions de clients). En fait, cette mesure divise de plus d'un tiers le potentiel de croissance de l'acteur.
- **Mais une réflexion qui n'est pas encore définitive** :
 - Dans un communiqué, N26 a déclaré "ne pas être au courant d'aucune vente secondaire en cours de la part d'investisseurs existants, y compris d'Allianz X, qui sont venus en tant qu'investisseurs principaux dans notre cycle de série C".
 - De son côté Allianz n'a pas confirmé l'information, mais a déclaré à Reuters que "entreprendre des discussions ne signifie pas nécessairement agir ou conclure ces discussions". De plus, Allianz pourrait même réinvestir à cette valorisation, selon Reuters.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les fintechs continuent de se trouver dans une phase d'incertitude qui remet en cause leurs business models et leurs aspirations de croissance :
 - Par exemple, [Klarna a été l'un des premiers à souffrir](#). En juillet 2022, son financement de 800 millions de dollars a vu sa valorisation chuter de 85 % en un an, passant de 45 milliards de dollars à moins de 7 milliards de dollars.
 - Plus récemment, [Stripe a levé 6,5 milliards de dollars en mars](#), mais sa valorisation passera de 95 milliards de dollars (initialement en mars 2021) à 50 milliards de dollars aujourd'hui.
 - Quelques semaines après la publication des résultats de Revolut, [la banque d'investissement Schroders a réduit sa valorisation](#) de 46 % à 5,4 M€ au 31 décembre 2022. Dans la foulée, la banque a réduit sa participation dans la néobanque Atom de 31% en 2022.
- De plus, en 2021, [N26 avait reçu l'ordre de renforcer les contrôles internes contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme par la BaFin](#).
- Une tendance qui se confirme également pour les initiatives des acteurs traditionnels, à l'instar de la fermeture de :
 - A l'instar, de la fermeture de [Pumpkin](#) ou encore [Max](#) du Crédit Mutuel Arkéa.

Source : [L'Agefi](#)



N2F lève 24 millions d'euros pour se lancer à l'international

Paiement – Europe – 27/04/2023

Après que le secteur de la tech, notamment les fintechs, ont vu se tarir leurs financements ces derniers mois, la société N2F, spécialisée dans la gestion des notes de frais, a annoncé un tour de table de 24 millions d'euros. Une levée réalisée avec le fonds américain PSG Equity.

LES FAITS

- N2F annonce un financement de 24 millions d'euros auprès de PSG Equity.
- Basée en région lyonnaise, N2F a été créée en 2015 pour développer un logiciel de gestion des notes de frais permettant aux utilisateurs d'effectuer leurs notes de frais de manière plus productive.
- N2F sert plus de 10 000 PME et ETI dans 86 pays grâce à ses solutions disponibles en 11 langues.
- Développé à l'origine pour les PME, N2F est aujourd'hui utilisé par des entreprises de toutes tailles et des blue chips européennes comme Iliad, DMG MORI et Holidu.
- N2F dispose d'une application mobile, d'outils Web, d'un système d'archivage numérique sécurisé à valeur probante (selon la réglementation Urssaf), d'une protection contre la fraude basée sur l'IA et d'interfaces compatibles avec pratiquement tous les programmes comptables.
- La solution de N2F permet de :
 - Un outil de numérisation intelligent capable de générer automatiquement des notes de frais en moins d'une seconde.
 - Une UX qui s'adapte à la politique de dépenses et au flux d'approbation de chaque client.

- Un archivage numérique sécurisé et horodaté des notes de frais conformément aux normes réglementaires locales et aux spécifications fiscales.
- Une gestion simplifiée des indemnités kilométriques et des indemnités journalières (notamment important sur les marchés allemand, suisse et autrichien).
- Une simplification des frais transfrontaliers grâce à la conversion automatique basée sur les taux de change de référence pour plus de 160 devises.
- Une intégration API directe avec la plupart des solutions logicielles de comptabilité.

ENJEUX

- **N2F ambitionne de se développer en Europe** : un marché à fort potentiel de croissance, avec plus de 20 millions d'entreprises utilisant ses solutions. Grâce au soutien stratégique et financier du PSG, N2F a l'ambition d'accélérer significativement sa croissance en Europe, avec 200 collaborateurs d'ici cinq ans, tout en continuant à investir dans l'innovation et la R&D.
- **L'année 2022, une année pour se préparer à l'internationalisation** : en 2022, l'objectif a été de préparer son expansion à l'internationale, notamment en introduisant Keeple, une suite logicielle RH complémentaire de gestion des congés et de l'absentéisme. Une stratégie de diversification pour remonter sur la chaîne de valeur, de la gestion de trésorerie B2B.

MISE EN PERSPECTIVE

- En avril 2023, Mooncard, spécialisée dans la carte de paiement des dépenses professionnelles, a clôturé un nouveau cycle de financement de série C de 37 millions d'euros censé assurer sa rentabilité cet été et stimuler sa croissance.
- Récemment, une [nouvelle incursion sur le marché de Qonto](#). C'est la suite logique pour [Qonto après le rachat de Penta en 2022](#), qui continue d'adapter son offre aux entreprises, pour leur offrir une solution couvrant les besoins à 360°. Après le lancement [en 2023 de la plateforme de financement et du Hub comptabilité](#), Qonto lance un outil de gestion des notes de frais
- Les fintechs alliant le côté financier et RH (Rhtech) sont de plus en plus convoitées par les investisseurs. Par exemple, l'année dernière, [Spendesk a levé 100 millions d'euros pour stimuler sa croissance et conquérir de nouveaux marchés](#).

Source : [Site officiel](#)

The screenshot displays the N2F Expense Reports interface. At the top, the user is identified as Robez Guillaume. The main navigation includes 'Mes notes de frais', 'Recherche avancée', 'Analyse des données', and 'Paramètres'. The current view is for 'Note de frais N° 2', which is 'Remboursée' (Reimbursed) with a 'Circuit de validation' (Validation circuit) status. The note title is 'Mai 2020 - voyage' and the total amount is 1 150 €. A summary on the left shows 2 expenses for 1 150 € in the 'Remboursée' category and 0 expenses in the 'En cours' (In progress) category for May 2020. Below the note details, there is a table of expenses:

Date	Description	HT	TVA	TTC	Complément
jeudi 21/05/20	#2 - Hôtel - Booking	136,36 €	13,64 €	150 €	
jeudi 21/05/20	#1 - Avion - Air France	909,09 €	90,91 €	1 000 €	
Total	2	1 045,45 €	104,55 €	1 150 €	

Green Banking & RSE

La Banque Postale lance son offre de cashback responsable

Fidélité – France – 06/04/2023

Le nouveau programme de cashback de La Banque Postale était initialement limité au service Colissimo. Elle vient faire concurrence aux autres banques en s'associant à plus de 300 marques. Un service de cashback gratuit et sans engagement disponible en ligne, en magasin et sous forme de bons d'achat.

LES FAITS

- La Banque Postale a annoncé le lancement d'un nouveau programme de cashback.
- Elle annonce 300 marchands partenaires, et s'appuie sur Plebicom pour son programme de cashback.
- Un programme de cashback plus responsable avec pour slogan "mieux consommer" :
 - Cela se traduira par des partenariats avec des enseignes proposant des produits plus responsables, comme Naturalia, engagé dans l'agriculture biologique, Nature & Découverte ou encore Yves Rocher, engagés en faveur de l'environnement.
 - Mais il y a aussi des marques plus classiques intégrées au programme comme Carrefour, Auchan, Leroy Merlin, Marionnaud, Fnac, Darty, Vertbaudet et La Redoute.
- Le côté plus responsable est mis en avant par la manière dont l'argent peut être utilisé. Dès 5 € de cashback, la Banque Postale propose trois options :
 - Verser l'argent sur le compte courant de La Banque Postale ou sur un compte tiers disposant d'un compte courant La Banque Postale.

- Faire un don à une association partenaire de La Banque Postale (comme la Ligue pour la Protection des Oiseaux ou Association des Restos du Coeur)
- Ou utiliser sa cagnotte pour contribuer à un projet de reforestation en France.

ENJEUX

- **Rattraper son retard sur les programmes de cashback pour s'aligner sur la concurrence** : les banques, notamment les banques en ligne, s'intéressent au cashback depuis des années et n'hésitent pas à innover pour attirer de nouveaux clients grâce à la fidélité.
- **Se forger une image d'acteur engagé** : la Banque Postale met en avant le slogan « Mieux consommer », mettant en avant des partenaires tels que Naturalia et Nature & Decourt, engagés dans l'environnement durable de l'agriculture biologique.

MISE EN PERSPECTIVE

- Récemment, La [Banque Postale a officiellement annoncé l'acquisition de la technologie du spécialiste français de la FinTech Joe](#), Buy Now Pay Later (BNPL). Cette acquisition est une nouvelle étape stratégique dans le positionnement de la banque française sur un marché encore à fort potentiel.
- De plus, nous avons récemment vu plusieurs initiatives responsables émanant de différents acteurs, telles que :
 - la startup [Ekip qui offre aux entreprises l'opportunité d'accélérer cette transition avec des titres-restaurants éco-responsables](#).
 - ou encore, la [plateforme technologique Clarity AI qui s'est associée à la fintech Klarna](#) pour fournir aux acheteurs de Klarna l'expertise et les compétences nécessaires pour trouver des marques respectueuses de l'environnement.

Source : [Communiqué de presse](#)



Web3

Retour d'expérience : Ledger lève des fonds et confirme son positionnement incontournable au service de la sécurité du marché des cryptos

Paiement – International – 04/04/2023

Depuis déjà plusieurs années, les investisseurs se tournent vers les portefeuilles physiques pour protéger les crypto-monnaies des plateformes à risque. Ledger s'est positionné sur ce marché de niche qui lui a permis depuis de gagner du terrain, au point de devenir incontournable, sur un marché secoué par les affaires d'escroqueries. La licorne française clôture aujourd'hui une série C avec un nouveau cycle de financement attirant de nouveaux investisseurs. Les faillites et les piratages qui se sont produits depuis 2022 et la nouvelle force retrouvée de Bitcoin lui donnent des ailes.

LES FAITS

- En mars 2023, Ledger a annoncé un nouveau cycle de financement de 100 millions d'euros, une aubaine compte tenu des conditions du secteur. Les nouveaux investisseurs incluent True Global Ventures, Cité Gestion, Digital Finance Group et VaynerFund. Les investisseurs existants 10T, Cité Gestion Private Bank, Cap Horn, Morgan Creek, Cathay Innovation, Korea Capital et Molten Ventures ont également participé.
- La société annonce avoir dépassé le cap des 6 millions de clés Ledger Nano vendues. Ces wallets physiques, semblables à des clés USB, contiennent une clé privée, attachée au portefeuille numérique du propriétaire comme un coffre-fort (contrairement à leur base de données clients, qui a été piratée deux fois en 2020).

- En novembre 2022, à la suite de la disparition de FTX, Ledger a publié quelques chiffres-clés qui témoignent de sa résistance face à la crise de l'hiver des cryptos :
 - actuellement, 20 % des crypto-monnaies mondiales sont stockées dans des portefeuilles Ledger et 30 % des NFT ;
 - Ledger Live compte 1,5 million d'utilisateurs mensuels ;
 - une valorisation stable à 1,3 milliard d'euros ;
 - un chiffre d'affaires identique à celui de 2021 ;
 - Ledger prévoit de recruter environ 40 salariés en 2023.
- Ledger vise également à améliorer l'expérience utilisateur et à simplifier l'accès au Web3, qu'il s'agisse de finance décentralisée ou de NFT.
- L'entreprise doit également continuer à conquérir le marché B2B en proposant des plates-formes SaaS pour la sécurisation de crypto, la gestion de trésorerie, de staking et, plus récemment, la tokenisation et la création de NFT.

ENJEUX

- **Un contexte favorable à la sécurisation des crypto-actifs**, après la période sombre des crypto-monnaies, y compris le crash de Terra Luna, la faillite de FTX, le piratage et la faillite de deux banques américaines impliquées dans le secteur des crypto-monnaies. Les investisseurs sont devenus méfiants avec la peur de perdre le contrôle de leurs actifs numériques. Il existe donc un réel besoin de sécurisation pour les investisseurs, (qu'ils soient B2C ou B2B). Une promesse tenue par Ledger avec son portefeuille physique.
- **Une levée de fonds pour continuer à innover sur ces produits et services et répondre à la demande grandissante de wallet** : ce nouveau financement permettra à Ledger de continuer à innover dans le hardware comme avec le Ledger Stax (clé crypto dotée d'un écran permettant d'afficher certaines données). Mais aussi pour répondre à la demande croissante de ces portefeuilles. En moins de 5 mois, plus d'un million de nouvelles commandes de portefeuilles ont été enregistrées, portant à ce jour le nombre total de produits en circulation à 6 millions.
- **Le Ledger Stax pour conquérir les États-Unis** : début décembre 2022, Ledger a lancé son dernier modèle de portefeuille cryptographique physique à écran tactile incurvé, conçu par Tony Fadell (créateur de l'iPod). Bien que nettement plus cher que les clés Nano S Plus et Nano X (280 \$ contre 79 \$ et 149 \$, respectivement), le nouveau portefeuille Stax permet d'accessoiriser les outils de stockage crypto et d'appuyer l'image de marque de Ledger, qui lui a déjà permis de se différencier. C'est aussi l'arme principale de la startup pour conquérir les États-Unis, où elle a signé un partenariat avec la marque Best Buy (l'équivalent de Fnac-Darty en France).

MISE EN PERSPECTIVE

- Ledger, [devenue une licorne en 2021](#) après un cycle de financement de 380 millions de dollars, a annoncé avoir levé 100 millions d'euros supplémentaires en financement de série C. Cette [opération vient compléter une précédente opération qui avait eu lieu en juin 2021](#), pour un total de 456 millions d'euros levés.
- Une [nouvelle application Ledger Extension pour Safari et iOS a été lancée il y a deux semaines](#) et permet au portefeuille Nano X de se connecter aux plates-formes NFT et aux DApp sans portefeuille intermédiaire.

- Par ailleurs, [Microsoft travaillerait à l'intégration d'un portefeuille de crypto-monnaies dans son navigateur Edge](#), toujours dans le but de démocratiser l'accès au monde des crypto-monnaies et du Web3.

Source : [Le Monde](#)



Retreeb, l'alternative écologique à la carte de paiement

Paiement – France – 07/04/2023

Retreeb est un service de paiement qui redistribue 33% des frais collectés à des causes solidaires. Cette solution a été testée en avant-première dans la Ville de Tours. Après de bons résultats, elle compte se développer en France et dans toute l'Europe.

LES FAITS

- Retreeb propose un moyen de paiement par code QR qui remplace les cartes de paiement traditionnelles.
- Lors du paiement, le commerçant générera un code QR que le consommateur devra flasher avec une application pour smartphone.
- La blockchain sera utilisée comme infrastructure pour ce mode de paiement alternatif.
- Le système de paiement s'appuie sur des partenaires :
 - Intergiro EME, un acteur suédois du BAAS pour les transactions fiat (euro, dollar)
 - L'interopérabilité avec Polygon grâce à la blockchain Fantom pour l'horodatage et la vérification des transactions,
 - Le réseau de deuxième couche d'Ethereum, est également prévue sur la feuille de route.
- Retreeb a son propre token, TREEB, sur la blockchain Fantom.

- Retreeb se définit comme une solution de paiement respectueuse de l'environnement, sécurisée, transparente et conforme à l'UE.
- Elle cible à la fois les commerçants et les consommateurs, la solution sera prochainement déployée par la grande distribution et les e-commerçants.
- Et les frais varient entre 0,9 % et 1,5 % selon le type de commerce

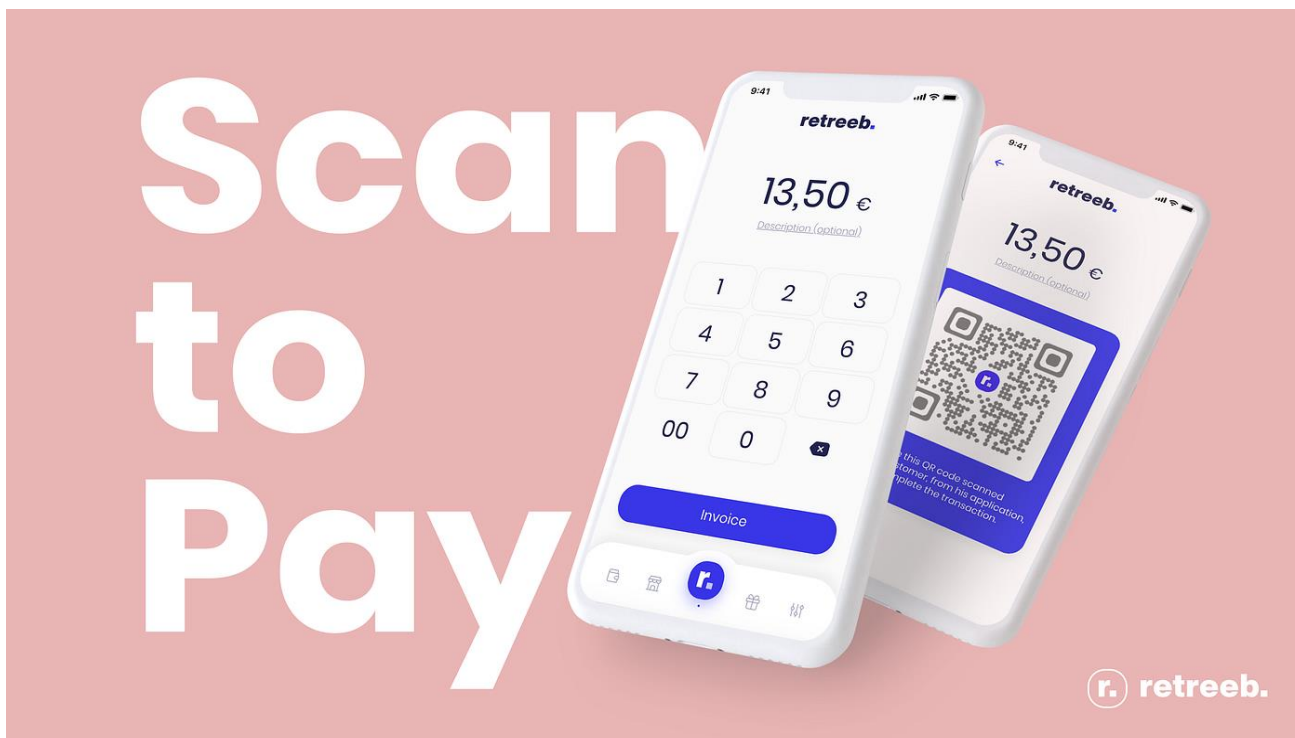
ENJEUX

- **Mettre l'écologie au cœur de l'écosystème du paiement :** l'entreprise place les associations au cœur de ses activités en reversant 33 % du coût des services de paiement fournis par les commerçants à des œuvres caritatives et à la protection de l'environnement.
- **Démocratiser la blockchain aux usages du quotidien :** le succès de démocratisation de la technologie blockchain dépend de la capacité des acteurs à rendre invisible la blockchain à l'utilisateur final. Avec de telles solutions, les services blockchain continuent d'imprégner le cœur de notre quotidien.
- **Construire un réseau de partenaires solidaires :** Retreeb est notamment partenaire de :
 - Initiative UNCDF : Unitlife Lutte contre la Malnutrition Chronique de l'Enfant au Niger.
 - L'entreprise soutient également des projets locaux ancrés en Touraine comme :
 - La Barque, une bagagerie dans un café solidaire
 - Precious Plastic, spécialisée dans le recyclage de plastiques non traités
 - Utopia 56, une aide au transport de mineurs isolés
 - Récré en Herbe, une initiative de dé-bétonisation des cours de récréation en primaire

MISE EN PERSPECTIVE

- En mars dernier, la [startup Retreeb a lancé une collection de 174 NFT en partenariat avec l'initiative des Nations Unies \(ONU\) Unitlife](#). Tous les bénéfices iront à l'association luttant contre la malnutrition chronique, une maladie qui touche 150 millions d'enfants dans le monde.
- Récemment, plusieurs acteurs ont tenté de redorer l'image de la finance en incluant les dimensions environnementales et sociales dans leur "raison d'être". [Yuzu.Green, par exemple, est une fintech qui vise à verdir son épargne, en proposant un livret zéro carbone, dont les fonds sont adossés à des stablecoins](#).

Source : [Site officiel](#)



OCBC ouvre une agence dans le métavers

Web3 – Métavers – 19/04/2023

La banque [OCBC](#) s'est installée sur un nouveau canal de distribution pour ses produits et services bancaires. Elle a en effet ouvert une antenne dématérialisée, dans un [métavers](#). Si la technologie est aujourd'hui quelque peu décriée, les initiatives se multiplient tout de même et OCBC en présente une forme plus aboutie.

LES FAITS

- [OCBCx65Chulia](#) est le nom de la nouvelle agence ouverte par la banque OCBC. Cette antenne 100 % dématérialisée est installée au coeur de Decentraland, une plate-forme de réalité virtuelle 3D décentralisée appartenant au Metaverse.
- L'espace numérique invite les internautes à découvrir la banque, son histoire, ainsi que ses produits et ses services bancaires.
- Mais au-delà de cette présentation, la banque propose aussi à ses visiteurs d'ouvrir un compte bancaire ou de déposer une demande pour souscrire à une carte de crédit directement depuis le Metaverse. La banque a, pour cela, créé un accès direct à son site Web classique, depuis son "agence" de Decentraland.
- Cette initiative a été portée par des collaborateurs d'OCBC dans le cadre d'un sprint d'innovation organisé en interne par la banque. En dépit des critiques qui marquent aujourd'hui l'essor du Metaverse, OCBC précise que cette technologie représente tout de même un moyen supplémentaire d'établir une connexion avec des clients et prospects.

ENJEUX

- **Une étape de plus** : Si la Quontic Bank new-yorkaise [s'installait](#) aussi dans le Metaverse en y ouvrant une agence virtuelle en mai dernier, OCBC Bank va plus loin en assurant à ses clients et prospects qu'ils

auront la possibilité d'ouvrir des comptes et de souscrire à certaines de ses offres depuis ce nouvel environnement.

- **Offrir une expérience ludique à la banque** : OCBC défend cette initiative comme un moyen de renouveler l'expérience de ses clients en apportant une dimension plus ludique, plus proche de l'univers du jeu vidéo que de la finance. La banque a d'ailleurs précisé qu'une expérience de gamification, développée avec un groupe d'étudiants diplômés de l'école polytechnique de Nanyang, serait proposée d'ici le troisième trimestre 2023.
- **Se rapprocher des plus jeunes** : OCBC précise par ailleurs que l'ouverture de son agence virtuelle dans le Metaverse doit permettre à la banque de conquérir des parts de marché auprès des plus jeunes.

MISE EN PERSPECTIVE

- [CaixaBank](#), [AXA](#), [Belfius](#), ... La liste des banques installées dans le Metaverse est longue. La technologie, annoncée comme une révolution, se heurte pourtant aujourd'hui à une désaffection majeure. Mais les initiatives se multiplient toujours. L'objectif, pour les acteurs qui se positionnent, est d'éviter de manquer un virage technologique important.
- Néanmoins, les services proposés dans ce nouvel univers par les acteurs de la bancassurance se limitent surtout, jusqu'ici, à [gérer](#) la relation clients. Et OCBC offre en ce sens un nouveau rôle au Metaverse aujourd'hui, en tant que plate-forme de distribution de services financiers.

Source : [Communiqué de Presse](#)



CaixaBank utilise le métavers en agence pour sensibiliser à la cause environnementale

Web3 – Métavers – 20/04/2023

[CaixaBank](#) vient d'annoncer le déploiement d'une nouvelle initiative dans le [métavers](#). Cette fois, la banque espagnole souhaite s'appuyer sur ce nouvel espace dématérialisé afin de sensibiliser un maximum de clients à la protection de l'environnement. L'originalité de sa démarche repose sur le choix d'avoir inséré cette expérience immersive digitale dans un lieu physique, à savoir ses agences.

LES FAITS

- CaixaBank présente sa nouvelle initiative comme une opération cross-canal originale. La banque espagnole propose en effet à ses clients de participer à une expérience de réalité virtuelle écologique dans le métavers, depuis les agences de la banque installées à Ibiza, Burgos, Valence, Barcelone et Madrid.
- Les clients pourront ainsi réaliser une visite virtuelle ludique et pédagogique, dans le métavers. Ils participeront à des défis écologiques, en explorant différents environnements naturels (forêt, plage, fonds marins), pour prendre conscience des enjeux environnementaux actuels.
- Une pré-inscription en ligne est nécessaire pour participer à cette expérience dans les centres CaixaBank.
- L'opération se tient entre les 20 et 27 avril, en marge de la « Journée mondiale de la Terre », le 22 avril.

ENJEUX

- **Gamifier son engagement** : CaixaBank a emprunté les codes de l'univers du jeu vidéo pour aider ses clients à identifier les bonnes pratiques écologiques. Son expérience doit en effet leur présenter des solutions pour s'engager dans des démarches plus durables.
- **De la technologie mais aussi de l'écologie** : CaixaBank se distingue une fois encore de la concurrence en apportant une dimension écoresponsable à son initiative initiée dans le métavers, tablant sur les vertus pédagogiques des univers virtuels et de leurs immersivité.
- **Un engagement plus large** : La banque envisage de mobiliser 64 milliards d'euros dans la finance durable d'ici 2024. Pour cela, elle s'appuiera sur trois grands piliers :
 - favoriser la transition durable des entreprises et de la société,
 - générer des impacts sociaux positifs,
 - favoriser l'inclusion financière et promouvoir une culture responsable.

MISE EN PERSPECTIVE

- Présenté comme une révolution technologique majeure, mais aussi décrié, le métavers n'en finit pas de produire des expériences innovantes, même si le grand public en reste pour l'instant à l'écart. Outre CaixaBank en Europe, OCBC [présentait](#) son antenne [OCBCx65Chulia](#), permettant de distribuer ses produits bancaires depuis le métavers.
- CaixaBank n'en est par ailleurs pas à sa première incursion dans le monde virtuel puisque la banque mettait un premier pied dans le métavers en avril 2022, via [imaginLAND](#), avec cette fois un service plus classique de relation client et de communication.

Source : [Communiqué de presse](#)



MiCA : le nouveau règlement européen sur les cryptoactifs est adopté

Païement – Règlementation – 24/04/2023

Après la disparition du géant américain des crypto-monnaies FTX, un vote sur le règlement MiCA au sein de l'Union européenne devrait marquer la fin du "Far West" sur le marché des crypto-actifs. Le texte, inspiré du cadre français, harmonise les règles de l'Europe, pour en faire un leader mondial sur cet écosystème. Ce règlement vise à encadrer le secteur qui est encore en pleine transition.

LES FAITS

- MiCA ("Markets for Crypto Assets") est un nouveau règlement adopté le 20 avril 2023 régissant le secteur des cryptoactifs (cryptomonnaies, stablecoins et les jetons utilitaires) suite à la proposition du 24 septembre 2020. Il devrait être entériné par le Conseil de l'Europe en juillet prochain, pour une application 18 mois après dans tous les pays européens, soit en janvier 2025.
- Le texte est fortement influencé par la loi française Pacte, qui a établi le statut des fournisseurs de services d'actifs numériques (PSAN).
- Le texte induit trois changements notables :
 - un cadre juridique unifié pour les marchés des cryptoactifs au sein de l'Union européenne.
 - les transactions en crypto-monnaie seront suivies de la même manière que les transferts d'argent traditionnels.
 - une protection renforcée des consommateurs.
- En France, MiCA va se substituer aux réglementations existantes ; les PSAN devront donc adopter le statut exigé par MiCA. A ce jour, une cinquantaine de sociétés de cryptomonnaies sont enregistrées en tant que PSAN auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

- Des apports importants de ce texte concernent la lutte contre les manipulations de marché, le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme. À cet égard, l'Autorité européenne des marchés financiers (AEMF) devrait mettre en place un registre public des fournisseurs de services de cryptographie non conformes opérant sans licence dans l'UE.
- MiCA assure la ségrégation des dépôts des clients, de sorte que les plateformes ne peuvent pas toucher l'argent des déposants comme dans le cas FTX.
- Les plateformes doivent également proposer aux clients une procédure de réclamation transparente et gratuite et répondre dans un délai raisonnable.

ENJEUX

- **Inspirer le monde sur l'encadrement des cryptoactifs** : avec MiCA, l'Union européenne deviendra la première grande juridiction à définir un cadre spécifique de régulation de l'industrie des crypto-actifs. Si un acteur est conforme à MiCA dans son pays d'origine, il sera également considéré comme conforme dans les autres pays de l'UE.
- **Encadrer un secteur en pleine mutation** : les principales réglementations applicables aux émetteurs de cryptomonnaie concernent la transparence, la divulgation d'informations, l'autorisation et la surveillance des transactions. De plus, les consommateurs seront mieux informés des risques associés. Un statut qui sera plus stricte, créant de vraies barrières à l'entrée pour les nouveaux entrants.
- **Eviter un phénomène de "boule de neige"** : les exigences minimales en matière de capital pour la création d'une société sont également exigées par la MiCA. Il s'inspire des règles appliquées dans le secteur bancaire.
- **LES NFT, grand absent de la réglementation MiCA** : pour les jetons non fongibles (NFT), c'est-à-dire les actifs numériques représentant des objets réels (art, musique, vidéo), sont exemptés du champ d'application de la réglementation MiCA, sauf s'ils relèvent de la catégorie existante des cryptoactifs. L'Europe envisagera d'établir un régime réglementaire spécifique pour les NFT afin de faire face aux risques émergents de ce nouveau marché.

MISE EN PERSPECTIVE

- Suite à l'annonce du règlement MiCA par le Parlement européen, [la Société Générale Forge a annoncé le lancement de son propre stablecoin, CoinVertible \(EURCV\)](#), initialement destiné aux investisseurs institutionnels. Ce stablecoin adossé à l'euro est déployé sur la blockchain publique Ethereum. La société prévoit de travailler avec des plateformes d'échanges centralisés pour répertorier son stablecoin.
- Un [stablecoin \(ou cryptomonnaie stable\)](#) est un cryptoactif (ou actif numérique) rattaché à une devise fiduciaire telle que l'euro ou le dollar. Un stablecoin peut également être adossé à d'autres actifs (tels que l'or), c'est ce qu'on appelle l'actif sous-jacent du stablecoin.
- Deux stablecoins dominent le marché aujourd'hui. L'USDT de [Tether \(avec 81 milliards de dollars de capitalisation boursière\)](#) et l'USDC de [Circle \(avec 30 milliards de dollars de capitalisation\)](#). Les deux sont indexés sur le dollar. À l'inverse, [Circle est en retard sur l'Euroc](#), un stablecoin adossé à l'euro avec une capitalisation de 52 millions de dollars, selon les données de Coinmarketcap.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Beyond Paiement

Apple officialise le lancement de son compte épargne

Beyond Paiement – Epargne – 19/04/2023

Après une annonce faite [en octobre dernier](#), Apple vient officiellement de lancer son compte épargne en partenariat avec Goldman Sachs. On en sait désormais plus sur ce produit qui se démarque par un taux d'intérêt à plus de 4 % et qui se caractérise par la simplicité et l'automatisation. Par cette annonce, le géant technologique américain concrétise à la fois un partenariat stratégique, mais aussi des ambitions de plus en plus précises sur le marché des services financiers.

LES FAITS

- Ce compte, baptisé Savings, a une nouvelle fois été développé en partenariat avec Goldman Sachs.
- Il s'adresse aux titulaires d'une Apple Card et est accessible et pilotable depuis l'application Wallet d'Apple. Un tableau de bord d'épargne leur permet ainsi de suivre leur solde et leurs intérêts au fil du temps.
- Ses utilisateurs pourront choisir de déposer automatiquement leur Daily Cash (3 % de cash-back sur les dépenses réalisées avec une Apple Card) sur leur compte épargne Apple. Des virements peuvent aussi être réalisés depuis un autre compte bancaire pour alimenter le compte épargne.
- Côté rendement, Apple propose une rémunération particulièrement élevée pour son compte, à hauteur de 4,15 %.

- Pas de frais pour ce compte qui n'est pas non plus soumis à des exigences de dépôts ou de solde minimum, ni à un [plafond](#) (hormis la limite légale de 250 000 dollars fixée par la FDIC). Les retraits sont possibles à tous moments.

ENJEUX

- **Un lancement attendu qui permet à Apple de surfer sur l'actualité économique.** Alors que les épargnants sont de plus en plus à la recherche de placements et que, via la remontée des taux, la rémunération redevient attractive, Apple joue sur un contexte favorable pour le lancement de ce produit. Lors de l'annonce du projet en octobre dernier, le taux avait été annoncé comme "particulièrement attractif", ce que confirment les détails publiés aujourd'hui. La rémunération associée à la simplicité, à la flexibilité et à l'automatisation des versements, ces caractéristiques devraient faire de ce compte un véritable concurrent pour les établissements financiers en présence.
- **Déployer de nouveaux services financiers :** Outre le service [Apple Pay](#), datant déjà de plusieurs années, Apple s'est engagé à diversifier ses services financiers. Un axe stratégique, tourné vers le crédit semblait jusqu'ici privilégié par le groupe. Apple lançait en effet sa carte de crédit [Apple Card](#) en 2019, puis, plus récemment, une [offre de BNPL](#).

MISE EN PERSPECTIVE

- La rémunération proposée par les établissements financiers américains pour leur compte épargne s'élève en moyenne à seulement 0,37 %, selon des données de l'agence fédérale de garantie des dépôts (FDIC). Apple se distingue donc largement de la concurrence avec son offre Savings, même si les taux sont appelés à remonter dans les mois à venir. De quoi convaincre les plus réticents à épargner.
- Sur ce sujet, Credit Karma publiait les résultats d'une enquête révélant les mauvaises habitudes des Américains en matière d'épargne, leur méconnaissance de leur situation financière personnelle et leur manque d'anticipation (27 % des répondants déclaraient par exemple ne pas avoir d'argent de côté pour la retraite).

Source : [Communiqué de presse](#)

