



Les faits marquants du mois

TPE, Encaissement & Paiement Retail – L'arrivée d'Apple relance le SoftPOS en France

- **FRANCE** – Apple lance son option Tap to pay sur iPhone en France
- **FRANCE** – Lyra va lancer sa propre solution de SoftPOS

Le Tap-to-Pay a le vent en poupe et l'introduction d'Apple pourrait conduire à une adoption progressive du SoftPos en France. Les solutions d'encaissements ont longtemps été réservées aux banques traditionnelles ou aux entreprises qui ont développé cette proposition de valeur. Cependant, l'introduction de la technologie SoftPOS a rebattu les cartes du marché et facilité l'émergence de solutions simples portées par des acteurs de tous les secteurs de l'industrie financière (y compris les néobanques et les PSP). Cependant, SoftPOS est bien plus qu'un simple terrain de jeu pour acteurs alternatifs. Les banques traditionnelles se sont également positionnées. Récemment, Apple a annoncé le lancement de sa fonctionnalité Tap-To-Pay en France. BPCE a été l'un des premiers établissements bancaires français à annoncer la mise à disposition du Tap to Pay pour les commerçants. Pour rappel, BPCE a été le premier à introduire Apple Pay en France. Du côté des PSP, Adyen, SumUp et Worldline la solution est déjà disponibles pour les clients, et Stancer et Stripe ont déclaré qu'elle sera bientôt disponible. Par ailleurs, Lyra a annoncé qu'il allait lancer leur propre solution de paiement SoftPOS au T2 2024. Cette nouvelle solution sera plus avancée que les autres solutions existantes, car elle permettra les paiements non seulement avec des cartes bancaires mais aussi avec d'autres moyens de paiement comme les codes QR, avec pour objectif de toucher les touristes étrangers.

TPE, Encaissement & Paiement Retail – Le Pay-by-bank s'impose progressivement aux Etats-Unis

- **ETATS-UNIS** – Adyen s'associe à Plaid pour déployer le Pay-by-Bank aux Etats-Unis
- **EUROPE** – Klarna s'associe à Form3 pour renforcer son offre en Europe

Le Pay-by-bank devient aujourd'hui une alternative de plus en plus importante aux cartes bancaires. Concrètement, ce moyen de paiement est un virement instantané ou non initié par un commerçant directement sur le compte bancaire d'un client via un intermédiaire de paiement. Cependant, son développement dépend largement de la culture de chaque pays. En Allemagne, le Pay-by-Bank est la seule option de paiement disponible pour les achats en ligne. Bien que ce moyen de paiement soit nouveau aux Pays-Bas, la solution iDEAL a rapidement conquis les clients et représente désormais près de 60 % des transactions en ligne, contre seulement 15 % pour les paiements par carte bancaire. C'est également pourquoi, la solution a été achetée par l'European Payments Initiative (EPI). Ce mois-ci, Adyen a annoncé son partenariat avec Plaid pour lancer sa solution de Pay-By- Bank aux États-Unis pour début 2024. Le Pay-by-Bank rejoint la liste de plus de 150 méthodes de paiement différentes proposées par Adyen. Le Pay-By-Bank commence à s'implanter de plus en plus sur le marché américain. Mastercard s'est associé à JPMorgan Chase et Bank of America prévoit également d'étendre sa solution de Pay-By-Bank, déjà disponible au Royaume-Uni, aux États-Unis. En Europe, la plateforme cloud de paiement de compte à compte Form3 a annoncé un partenariat avec Klarna pour renforcer son offre en Europe dans le cadre de sa stratégie de croissance internationale. Dans le cadre du nouvel accord, Form3 fournira à Klarna un accès technologique direct à STEP2 et RT1 via une plate-forme multi-comptes construite sur une seule API basée sur le cloud. La technologie de Form3 est conçue pour pérenniser Klarna face aux changements réglementaires tels que le Digital Operational Resilience Act (DORA).

Sommaire

LES FAITS MARQUANTS DU MOIS	1
SOMMAIRE	2
INFRASTRUCTURE & SUPPORT DE PAIEMENT	3
Adyen s'associe à Plaid pour déployer le Pay-by-Bank aux Etats-Unis	3
Klarna s'associe à Form3 pour renforcer son offre en Europe	5
Sylq lance sa plateforme de paiement tout-en-un pour simplifier les processus de paiements	6
Le Conseil Européen des Paiements (EPC) a lancé son nouveau système de paiement pour les virements internationaux instantanés (OCT Inst)	8
TPE, ENCAISSEMENT & PAIEMENT RETAIL	10
Mangopay et Aria veulent révolutionner le paiement des marketplaces B2B	10
BPCE lance le Tap to pay sur iPhone avec Apple	12
Lyf lance la solution de paiement par QR Code Alipay+ chez Franprix	14
Tesco teste une nouvelle technologie pour éviter les caisses en libre-service	16
Lyra va lancer sa propre solution de SoftPOS	18
PAIEMENT FRACTIONNE	20
Amazon étend l'option BNPL B2B d'Affirm aux entreprises individuelles	20
KYC & IDENTITE NUMERIQUE	22
Sofinco s'associe avec MiTrust pour accélérer la souscription de crédit	22
Nexi a vendu son activité eID nordique à la société française IN Groupe	24
Lloyds Bank accélère son parcours clients in-app, en permettant aux clients de scanner leur passeport	26
STRATEGIE D'ACTEUR	27
Orange lance une "super app" en Afrique	27
MONNAIE DIGITALE & WEB 3	29
Mastercard noue un partenariat avec MoonPay pour intégrer le Web3 dans le marketing expérientiel	29
Coinhouse lance un compte euro pour l'achat de cryptomonnaies	31
Les clients d'ICICI Bank peuvent désormais payer en roupie numérique via le QR code d'un commerçant	33
HSBC lance la tokenisation du lingot d'or physique	35
BNP Paribas et Goldman Sachs investissent dans l'univers de la cryptomonnaie pour révolutionner les paiements numériques	36
MOBILITE	38
Littlepay et SkyBus facilite le paiement dans les transports en commun australien	38
La Banque Postale annonce un partenariat avec Kuba France au service de la mobilité	40

Infrastructure & Support de paiement

Adyen s'associe à Plaid pour déployer le Pay-by-Bank aux Etats-Unis

Etats-Unis – Infrastructure & Support de paiement – 06/11/2023

Adyen a annoncé le lancement de sa solution Pay-by-bank en partenariat avec Plaid aux Etats-Unis début 2024. Le partenariat entre Adyen et Plaid vise à démocratiser l'usage du Pay-by-bank aux Etats-Unis, une solution qui permet de réduire la fraude et les coûts associés aux paiements.

LES FAITS

- Le pay-by-bank rejoint la liste croissante de plus de 150 méthodes de paiement différentes proposées par Adyen.
- Les entreprises recherchent à la fois des solutions transparentes pour leurs clients et une rentabilité dans leurs opérations back-end.
- Selon Eric Sager (PDG de Plaid), environ 1 Américain sur 3 disposants d'un compte bancaire fait confiance à Plaid et les autorisent à se connecter sur leurs comptes bancaires.
- Ce partenariat vise à rendre le pay-by-bank accessible à davantage d'entreprises en Amérique du Nord, en les aidant à réduire les coûts de paiement, à augmenter les taux de conversion et à réduire la fraude et les pertes de paiement.
- La solution d'Adyen et de Plaid offre aux entreprises des mesures avancées de sécurité et de lutte contre la fraude, contribuant ainsi à réduire les rétrofacturations et à éliminer pratiquement les erreurs de transaction.
- Ce mode de paiement permet également aux commerçants de traiter des volumes de paiement plus importants.
- L'offre d'Adyen et Plaid sera disponible début 2024.

ENJEUX

- **Miser sur les synergies entre Plaid et Adyen :** les acteurs souhaitent se concentrer sur les synergies, notamment sur le plan technologique, pour créer une expérience de paiement par banque améliorée pour les entreprises et les consommateurs finaux.
- **Le Pay-by-bank, une alternative à moindre coût :** ce moyen de paiement alternatif répond aux besoins des clients qui recherchent constamment des solutions innovantes pour améliorer leur expérience client. Mais le paiement par banque permet également de réduire considérablement les coûts tout au long de la chaîne de paiement.
- **Rendre le Pay-by-bank accessible à tous :** cette initiative d'Adyen vise à démocratiser l'utilisation du paiement par banque pour les consommateurs, en leur offrant plus de choix et de flexibilité en termes de solutions de paiement.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Mastercard s'est associée à JPMorgan Chase pour offrir aux clients la possibilité d'utiliser sa solution pay-by-bank.](#) Cette fonctionnalité exploite la technologie bancaire ouverte de Mastercard pour permettre aux

consommateurs et aux entreprises de partager leurs données en toute sécurité et d'accéder facilement à une variété de services financiers.

- Mastercard n'est pas la seule institution financière à mettre en œuvre le paiement par banque. [Bank of America prévoit également d'étendre le pay-by-bank aux États-Unis](#), bien qu'il soit déjà disponible au Royaume-Uni.
- Par ailleurs, [FinGrid.io a déclaré que sa solution de paiement par banque aide les commerçants américains à économiser jusqu'à 70 à 80 % sur les frais de transaction de paiement](#) tout en réduisant efficacement les transactions frauduleuses de plus de 98 %.

Source : [Communiqué de presse](#)



Klarna s'associe à Form3 pour renforcer son offre en Europe

Europe – Infrastructure & Support de Paiement – 23/11/2023

Form3 est une plateforme cloud native de compte à compte et vient d'annoncer un partenariat avec Klarna pour renforcer son offre en Europe dans le cadre de sa stratégie de croissance internationale.

LES FAITS

- Dans le cadre de ce nouvel accord, Form3 fournira à Klarna un accès technique direct à STEP2 et RT1 via une plateforme multi-comptes construite sur une seule API basée sur le cloud.
- Cela permet à Klarna de traiter ces paiements directement sans recourir à des banques tierces.
- L'ajout de SEPA Instant comme flux de paiement crée également de nouveaux cas d'utilisation de paiement et permet à Klarna de garder une longueur d'avance sur les demandes futures.
- La plateforme Form3 traite et gère tous les virements SEPA de Klarna dans le cadre du partenariat, éliminant certains processus de paiement manuels tels que : les retours, les rappels et les remboursements.

ENJEUX

- **Form3 démontre son importance sur le marché des paiements** : fournir une connectivité SEPA à Klarna, l'une des fintechs les plus importantes et les plus avancées technologiquement, démontre une fois de plus les capacités de traitement des paiements à grande échelle de Form3.
- **Du côté de Klarna, un partenariat qui renforcera son expérience client et permettra de générer des gains d'efficacité** : un partenariat qui permet à Klarna de générer des gains d'efficacité, des économies de coûts et d'améliorer l'expérience globale des clients et des détailliers en Europe.
- **Permettre à Klarna d'assurer sa pérennité face aux changements réglementaires comme le Digital Operational Resilience Act (DORA)** : la technologie de Form3 est conçue pour assurer la pérennité de Klarna face aux changements réglementaires tels que le Digital Operational Resilience Act (DORA).

MISE EN PERSPECTIVE

- Le partenariat renforce également la tendance actuelle en Europe selon laquelle de plus en plus d'entreprises se connectent directement aux systèmes de paiement pour améliorer la résilience et l'expérience des clients finaux.
- Le [règlement DORA exige que les institutions financières signalent rapidement et de manière complète les incidents importants liés aux technologies de l'information et des communications \(TIC\) aux régulateurs et aux parties prenantes](#). Il s'agit de permettre au système financier de l'Union européenne de réagir rapidement et de manière appropriée aux perturbations et de maintenir sa résilience.
- Klarna se concentre de plus en plus sur l'expérience client et a récemment continué à explorer de nouvelles technologies pour révolutionner l'expérience d'achat de ses clients. Après avoir intégré ChatGPT dans son moteur de recherche de produits, [Klarna avait annoncé utiliser désormais l'intelligence artificielle pour la recherche visuelle afin d'offrir une expérience de réalité augmentée](#).

Source : [Communiqué de Presse](#)



Sylq lance sa plateforme de paiement tout-en-un pour simplifier les processus de paiements

Europe – Infrastructure & Support de Paiement – 28/10/2023

Sylq lance une plateforme de paiement tout-en-un. Elle propose une solution de paiement complètes aux commerçants, acceptant les cartes, les virements bancaires et les crypto-monnaies sur n'importe quel appareil en ligne ou en magasin. La plateforme est disponible dans toute l'Europe et veut simplifier le processus de paiement.

LES FAITS

- Sylq est née en 2023 de la fusion de deux sociétés spécialisées dans les terminaux de paiement, Synalcom et Qori.
- Cette fusion à donner naissance à Sylq, qui a lancé une solution de paiement tout-en-un.
- La solution fonctionne aussi bien en ligne ou en magasin, à distance, par email ou SMS, les commerçants peuvent proposer à leurs clients le choix le plus large possible de moyens de paiement.
- Cette application prend en charge tous les types de paiements par carte, y compris ceux effectués via des appareils mobiles et des montres intelligentes.
- L'entreprise compte actuellement 150 employés et a commencé la mise en œuvre.

ENJEUX

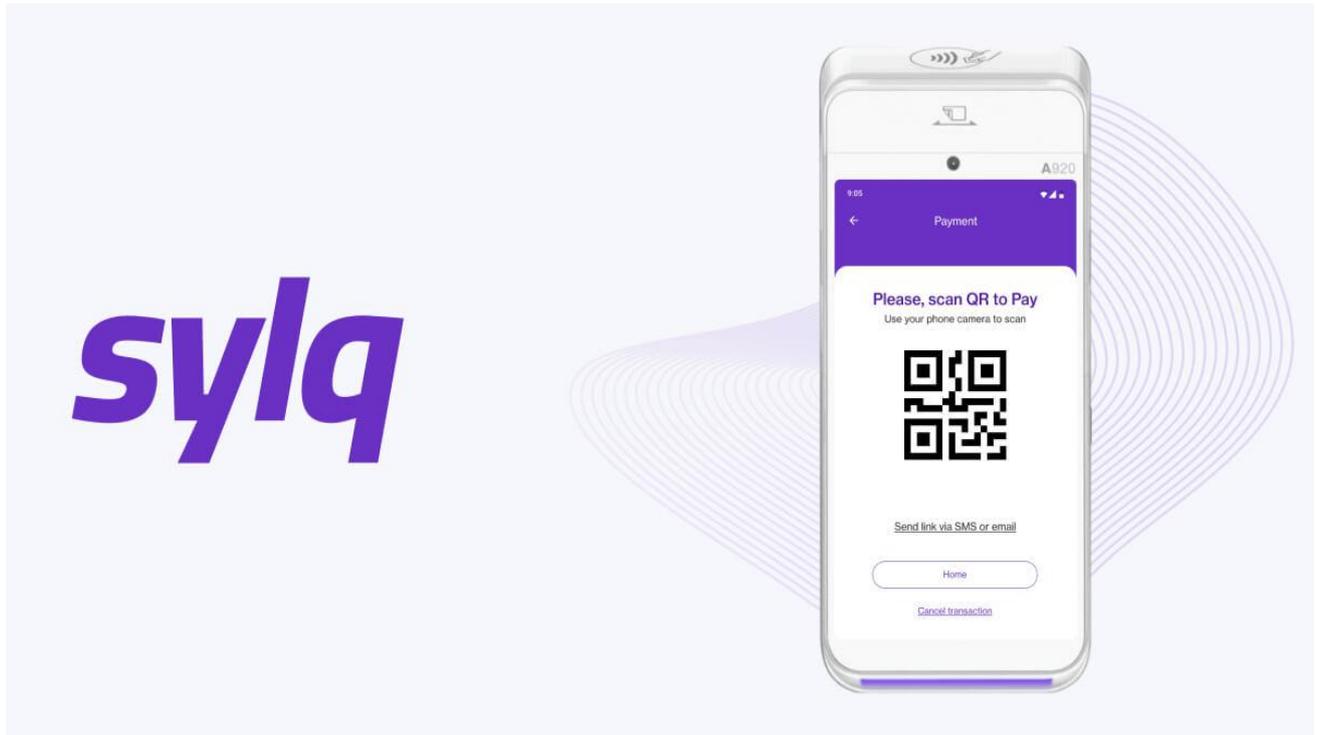
- **Une orchestration des paiements :** avec sa solution de paiement tout-en-un, Sylq offre aux clients bancaires et commerciaux un partenaire unique pour gérer toutes les problématiques liées au paiement, des terminaux à l'installation de différents types de paiements, en passant par un support disponible 24h/24 et 7j/7.
- **Simplifier le processus de paiement :** la plateforme vise à simplifier le processus de paiement et est prête à prendre en charge un large éventail de méthodes de paiement, notamment les cartes, les virements bancaires ouverts et les crypto-monnaies.
- **Recevoir des paiements en cryptomonnaies :** Les commerçants peuvent également participer au marché en pleine croissance des cryptomonnaies. La devise est immédiatement convertie et le paiement au vendeur s'effectue en euros.

MISE EN PERSPECTIVE

- Selon [Tony Delalande, PDG de Sylq](#) : "La généralisation du virement instantané va accélérer les ventes de voitures en ligne". Récemment, Sylq a déployé sa solution, notamment au sein du Groupe LS (Lamirault-Schumacher) et du réseau Porsche en France.
- Selon les données du Groupe BPCE, 7 des 10 premiers sites de e-commerce en France ont mis en place une stratégie multi-PSP nécessitant une véritable orchestration des paiements. En tant que tendance historique chez les grands commerçants, cette stratégie est susceptible de se développer sur l'ensemble du marché du commerce électronique.
- Le monde des paiements est aujourd'hui de plus en plus complexe du fait de sa diversité : le nombre d'acteurs, les moyens de paiement augmentent, etc. L'orchestration des paiements permet donc d'optimiser l'expérience d'achat et de traiter les données de paiement. Tout le traitement des paiements passe par un point d'entrée unique, permettant, grâce à la centralisation des données liées aux

transactions et aux règles de routage, d'orienter le flux vers le service le plus efficace pour maximiser l'acceptation.

Source : [Site Officiel](#)



Le Conseil Européen des Paiements (EPC) a lancé son nouveau système de paiement pour les virements internationaux instantanés (OCT Inst)

International – Infrastructure & Support de Paiement – 29/11/2023

Depuis le 28 novembre 2023, le nouveau système de paiement du Conseil européen des paiements (EPC) est prêt pour les transferts d'argent internationaux instantanés.

LES FAITS

- Le programme Inst d'OCT est un système de paiement multidevises conçu pour prendre en charge le traitement des transferts internationaux instantanés entrants et sortants entre comptes.
- Il se distingue des autres systèmes de paiement EPC, car il est le premier système EPC à couvrir exclusivement la partie euro des transferts instantanés internationaux vers et depuis la zone géographique de la zone SEPA.
- Le système PTOM Inst apporte les avantages du système de paiement SEPA aux transactions de paiement internationales.
- Ce nouveau système EPC est le résultat d'une approche collaborative qui permet aux prestataires de services de paiement (PSP) d'utiliser les rails de paiement SEPA existants (y compris les procédures, normes et réglementations).
- Le système OCT Inst suivra les mêmes procédures que les autres systèmes de paiement EPC et toutes les parties prenantes auront jusqu'au 31 décembre 2023 pour soumettre des demandes de modifications du règlement OCT Inst.

ENJEUX

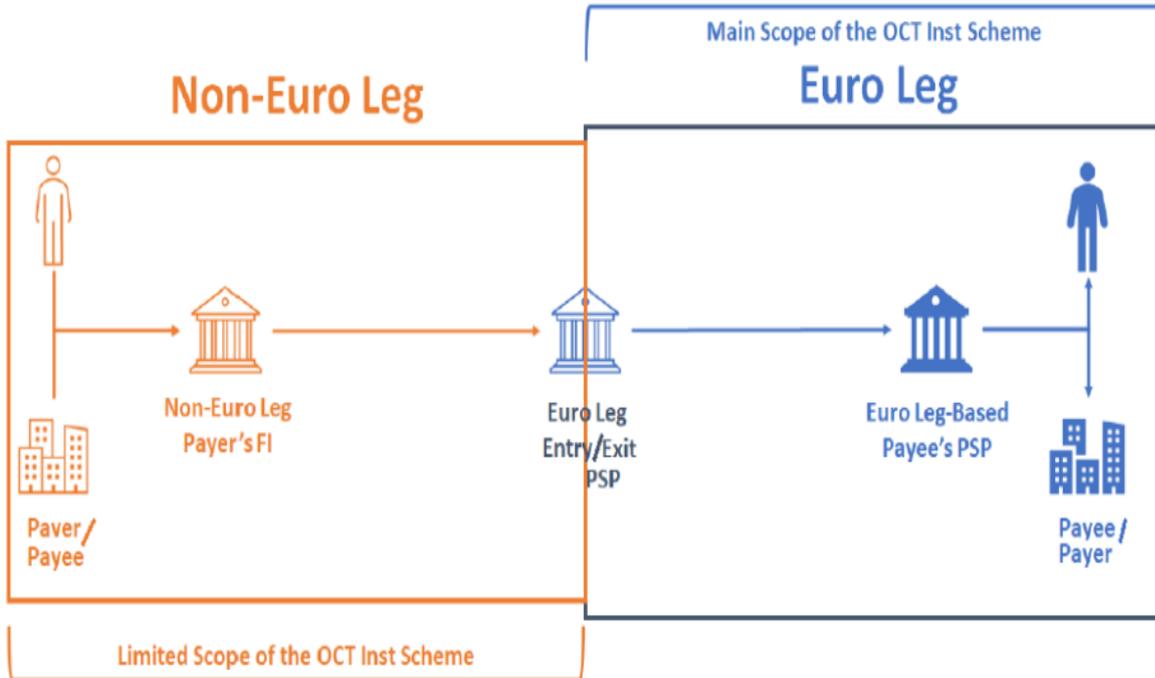
- **Une première initiative de l'EPC en dehors de l'espace SEPA** : le nouveau système de transfert de crédit instantané One-Leg Out (OCT Inst) est le premier système non SEPA mis en œuvre par l'EPC pour les transactions de paiement internationales (instantanées) de compte à compte. Il s'agit d'une évolution importante pour l'EPC, car il s'agit de la première initiative EPC en dehors du champ géographique de l'espace unique de paiement en euros (SEPA).
- **Une réponse à la stratégie de la Commission Européenne en matière de paiement** : cela est également conforme à la stratégie de la Commission européenne en matière de paiements visant à renforcer le rôle international de l'euro et aux objectifs du G20 en matière de paiements transfrontaliers.
- **Permettre aux PSP de la zone Euro d'offrir une meilleure expérience dans les paiements internationaux** : dans le cadre du programme PTOM Inst, les PSP de la zone SEPA peuvent traiter l'envoi et la réception de fonds internationaux. Cela permet aux PSP de profiter de l'exécution instantanée, du faible coût et de la grande accessibilité déjà disponibles avec SEPA, pour offrir à leurs clients plus de transparence et de traçabilité pour les paiements internationaux.

MISE EN PERSPECTIVE

- La société continue d'étendre ses opérations au Brésil et en Inde. Le programme OCT-Inst s'appuie sur la base large et croissante de prestataires de services de paiement européens qui soutiennent déjà le programme SCT-Inst (actuellement 62 % des prestataires de services de paiement sous le programme SEPA).

- Le programme complète la rapidité, le faible coût et la facilité d'accès déjà offerts par le programme SCT-Inst, ainsi que la transparence et la traçabilité requises par le G20 et le Conseil de stabilité financière.

Source : [Communiqué de presse](#)



TPE, Encaissement & Paiement Retail

Mangopay et Aria veulent révolutionner le paiement des marketplaces B2B

International – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 09/11/2023

Mangopay a annoncé un nouveau partenariat avec Aria, l'un des principaux fournisseurs d'infrastructures de paiements différés pour les plateformes et places de marché B2B.

LES FAITS

- Ce partenariat vise à fournir au marché B2B et aux entreprises SaaS des outils pour gérer efficacement leurs paiements et crédits.
- Les produits Mangopay et Aria combinent des services de paiement modulaires avec la technologie de crédit et les solutions de prêt d'Aria.
- Les services B2B d'Aria incluent des options de paiement instantané, un encaissement différé des paiements, un décaissement efficace aux fournisseurs et une gestion des commissions des opérateurs de marché, contribuant ainsi à réduire le risque de crédit et les transactions.
- Les acheteurs professionnels peuvent acheter et payer plus tard jusqu'à 90 jours, tandis que les vendeurs reçoivent le paiement lorsque les articles sont expédiés, ce qui peut augmenter le volume des ventes et aider les vendeurs à optimiser leurs flux de trésorerie.
- La collaboration entre Mangopay et Aria met en évidence l'engagement des deux sociétés à stimuler l'innovation en matière de paiements pour le marché B2B, un secteur avec une dynamique et des besoins de paiement complexes.

ENJEUX

- **Le marché B2B & SaaS continue son développement, le paiement comme facteur clé de succès** : alors que le marché B2B et l'industrie SaaS prennent de l'ampleur, les expériences de paiement continuent de jouer un rôle important dans la croissance nationale et internationale des entreprises de ce secteur.
- **Offrir aux marketplaces et aux plateformes B2B une expérience client augmentée** : il est essentiel de permettre au marché de s'approprier l'expérience client et de proposer des expériences de paiement hautement personnalisées.
- **Combiné l'expérience de paiement avec l'accès au crédit** : grâce à une combinaison d'infrastructures de paiement modulaires et de solutions de crédit complètes, la vision commune des sociétés est de fournir au marché un contrôle sur leur stratégie de paiement, complété par un accès facile au crédit.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'objectif du partenariat est d'alimenter l'infrastructure et les opérations de paiement des marketplaces et des plateformes B2B, les plus importantes et les plus innovantes pour se développer.
- Récemment, [BNP Paribas a lancé Panto](#), une solution de paiement dédiée aux marketplaces et [Lemonway et Payplug](#) ont noués un partenariat pour faciliter la vie aux marketplaces

Source : [Communiqué de Presse](#)



BPCE lance le Tap to pay sur iPhone avec Apple

France – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 16/11/2023

BPCE est le premier réseau en France à proposer la solution Tap to Pay de Apple pour les commerçants. La solution est déjà disponible sur les applications dédiées de la Banque Populaire et de la Caisse d'Épargne sur iPhone. Pour rappel, BPCE avait été le premier acteur à avoir lancé Apple Pay en France, depuis son lancement en 2016.

LES FAITS

- BPCE est le premier des grands établissements français à proposer la nouvelle solution "Tap to pay on iPhone" développée par Apple.
- Elle permet de transformer n'importe quel iPhone en terminal de paiement.
- Cette nouvelle fonctionnalité est déjà disponible pour les clients des réseaux Banque Populaire et Caisse d'Épargne.
 - Ils doivent payer un abonnement mensuel pour en bénéficier.
- La solution sera également disponible dès la fin du mois pour les clients du Crédit Coopératif (membre du groupe BPCE).
- Le groupe a prévu une campagne publicitaire massive en décembre.
- Pour rappel, le groupe BPCE compte 1,5 million de clients commerçants, artisans et indépendants.

ENJEUX

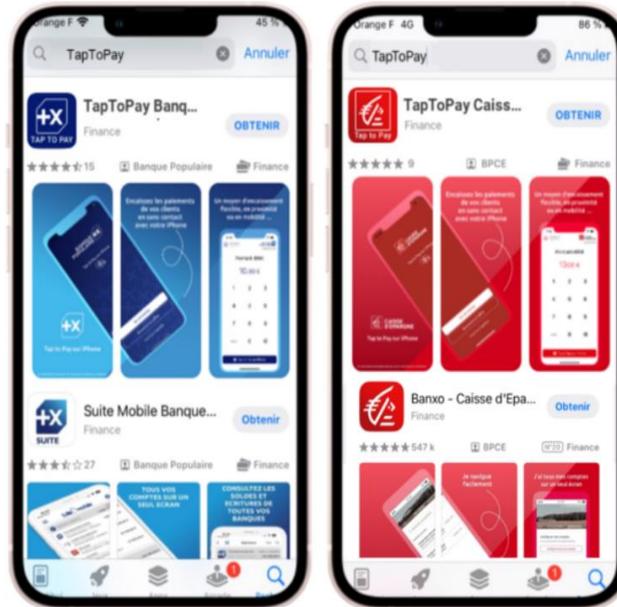
- **Être pionnier dans les évolutions technologiques** : pour BPCE, il est important d'être présent au lancement. Cela démontre leur engagement en faveur de l'innovation et leur volonté de sélectionner et d'intégrer les évolutions technologiques les plus différenciées et créatrices de valeur. BPCE souhaite se construire une image de pionnier en matière d'innovation paiement.
- **BPCE déjà bien implanté dans le paysage des professionnels** : que ce soit pour les chauffeurs de taxi, les commerçants, les professionnels de la santé ou les vendeurs saisonniers, les cas d'usage sont variés. La majorité des clients professionnels de BPCE sont équipés de matériel Apple. C'est pourquoi, BPCE espère profiter de sa position pour diffuser rapidement cette nouvelle solution.
- **Un élément différenciant dans la stratégie de conquête commerciale** : pour BPCE, cette nouvelle solution permet d'aider le groupe à se différencier des concurrents en donnant la possibilité aux commerçants et professionnels d'augmenter leurs chiffres d'affaires.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2016, [BPCE a été le premier français à lancer Apple Pay](#), le portefeuille numérique de la société Apple qui permet de payer via son iPhone.
- L'adoption à cette époque n'était pas facile, le paiement mobile en était encore à ses débuts, suscitant certains doutes de la part des utilisateurs et des banques ne voulant pas se conformer aux conditions assez strictes d'Apple, qui touche une commission sur chaque transaction.
- Finalement, tous les réseaux ont migré vers l'Apple Pay, comme le [Crédit Agricole](#) et le [Crédit Mutuel](#) en début 2020.

- Le Tap to Pay a le vent en poupe, avec l'arrivée d'Apple, cela confortera cette adoption progressive du SoftPos en France. Selon Apple, BNP Paribas proposera en effet prochainement ce service à ses clients.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Lyf lance la solution de paiement par QR Code Alipay+ chez Franprix

France – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 17/11/2023

Même si les portefeuilles numériques constituent le principal, voire l'exclusif moyen de paiement des touristes asiatiques, l'Europe est encore mal équipée pour faire face à cet afflux massif de clients lors des événements sportifs prévus en France à l'été 2024. Lyf et Ant Group collaborent pour lancer Alipay+, un outil de paiement QR Code en France.

LES FAITS

- Alipay+ est une suite d'outils de paiement et de marketing numériques transfrontaliers développés par Ant Group.
 - Les utilisateurs peuvent profiter d'une expérience de paiement transparente et d'une large gamme d'offres en utilisant des méthodes de paiement locales lorsqu'ils voyagent à l'étranger.
- Hors de Chine, Alipay+ couvre 5 millions de commerçants et travaille avec plus de 20 wallets partenaires, y compris en Asie.
 - Ensemble, ils comptent plus de 1,4 milliard de comptes d'utilisateurs.
- Lyf et Ant Group ont sélectionné Franprix, l'un des premiers commerçants à mettre en œuvre des solutions de paiements et de marketing numériques transfrontaliers en France.
- Les consommateurs de Chine, des Philippines, de Corée du Sud, de Malaisie et de Thaïlande peuvent désormais régler leurs achats dans 170 magasins Franprix en région Île-de-France, Rhône-Alpes et PACA.
- Les clients génèrent un code QR personnalisé et sécurisé depuis leur wallet.
- Ils le présentent au caissier pour qu'il le scanne.
- Le montant correspondant à l'achat est affiché dans l'application aussi bien en euros que dans la devise d'origine du client. Ensuite, le client confirme ce montant.
- Le client et le caissier reçoivent chacun une confirmation de la transaction.
- L'utilisation d'Alipay+ via Lyf au sein de l'enseigne Franprix permet un développement encore plus important dans le commerce de détail français.

ENJEUX

- **Se préparer à accueillir les clientèles internationales** : dans les mois qui précèdent les JO de Paris, tous les commerces de proximité devraient être attentifs aux enjeux liés à ces nouveaux moyens de paiement internationaux. Cette solution vise donc à offrir aux clients étrangers la possibilité d'effectuer tous leurs achats en utilisant leur wallet national lorsqu'ils sont en France.
- **Les touristes asiatiques un marché à fort potentiel** : plus de 4 millions de touristes asiatiques visitent la France chaque année (2,2 millions de Chine, 900 000 d'Inde et de Corée du Sud, 200 000 d'Indonésie et de Singapour). Ces chiffres devraient augmenter à l'approche des grands événements sportifs de 2024, qui devraient connaître un afflux important de spectateurs internationaux sur le territoire français dans les prochains mois.
- **La solution de paiement tout-en-un Alipay+ simplifie la vie des commerçants et des particuliers** : cette solution permet de transférer des fonds à J+1 et d'optimiser la trésorerie. De plus, il fournit un processus d'interaction unifié avec les commerçants qui permet l'acceptation de diverses

applications de paiement QRCode. Cela offre également aux détaillants la possibilité de toucher un public plus large auprès duquel ils peuvent proposer des offres commerciales personnalisées.

MISE EN PERSPECTIVE

- Les voyageurs internationaux, notamment ceux d'Asie, ont un pouvoir d'achat élevé. En 2019, les dépenses totales des Asiatiques en France s'élevaient à 93 milliards d'euros. Cela inclut non seulement les produits de luxe, les voyages culturels et les restaurants, mais aussi les achats quotidiens.
- L'application Lyf Pay offre une solution de paiement mobile à plus de 3,5 millions de personnes. La croissance de Lyf est portée par ses actionnaires majeurs de la banque, du paiement et de la grande distribution, parmi lesquels BNP Paribas, Crédit Mutuel, Auchan, le groupe Casino, Mastercard et Oney.
- Franprix dispose de 1 100 points de vente en Ile-de-France et dans les grandes villes de la Méditerranée. Franprix est une enseigne locale pour les grandes villes. Son concept de magasin, qui allie lieu de vente et lieu de vie, a remporté le Trophée LSA Innovation et le Janus du commerce en 2019. En 2020, Franprix a remporté le prix TOP/COM pour son programme de fidélité bibi et le Grand Prix du Commerce Responsable ESSEC pour son travail sur les invendus alimentaires avec l'association Phoenix.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Tesco teste une nouvelle technologie pour éviter les caisses en libre-service

Royaume-Uni – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 21/10/2023

Tesco, une chaîne de supermarchés du Royaume-Uni, teste actuellement un moyen gratuit de contourner les caisses automatiques en réponse à une forte demande des clients.

LES FAITS

- Cette nouvelle technologie élimine le besoin pour les clients de numériser les articles lors du paiement en libre-service.
- Les utilisateurs du magasin peuvent désormais récupérer leurs articles et passer à la caisse où ils voient la liste des articles qu'ils ont choisis.
- Le client examine ensuite la liste fournie et effectue le paiement normalement.
- L'essai aura lieu au magasin GetGo Reach Express de Tesco à Fulham.
- La technologie a été initialement testée par le personnel du siège social de Tesco à Welwyn Garden City.
- Tesco possède actuellement quatre magasins GetGo : Aston University, Chiswell Street, Fulham et High Holborn.
 - Tesco a ouvert son premier magasin GetGo dans le centre de Londres en 2021, offrant son premier service de magasin sans caisse avant de développer davantage le concept.
 - Des caméras de plafond et des capteurs de poids sont installés dans les magasins pour suivre les mouvements des clients.
 - Les clients doivent télécharger l'application Tesco, scanner le code à l'entrée (ou à la sortie) avant de sélectionner des produits et partir sans passer.

ENJEUX

- **Optimiser l'expérience d'achat des clients** : Tesco souhaite rendre l'expérience client aussi fluide, transparente et pratique que possible. Cet essai offre aux clients de Fulham Reach une autre option pour améliorer leur expérience et réduire les files d'attente en magasin.
- **Une solution en test pour répondre à la demande des clients** : après qu'un concurrent a lancé un magasin sans caisse, créant un nouveau besoin pour les clients. Tesco a décidé de s'aligner à ce nouveau concept, il prévoit de surveiller de près les réactions des clients à cette nouvelle option de paiement.
- **Insister les clients à télécharger l'application du distributeur** : comme le système de paiement est directement intégré dans l'application du distributeur. Si les clients veulent utiliser cette nouvelle, ils doivent obligatoirement télécharger l'application de Tesco, une stratégie de Tesco pour fidéliser les clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- Récemment, la startup française Boxy, qui accompagne une trentaine de commerçants, [a déclaré souhaiter s'orienter vers la création de modules autonomes](#) à petite échelle pour la distribution de

produits frais et secs. Boxy vise donc à utiliser sa technologie dans de nouveaux endroits comme les hôpitaux et les stations-service.

- Du côté d'Amazon, il a annoncé [une nouvelle version de sa technologie Just Walk Out adaptée au secteur de l'habillement](#). Un nouveau dispositif qui prend en charge la RFID pour s'ouvrir un nouveau secteur d'activité. Le géant pourrait faire basculer le marché de l'encaissement, en équipant ses concurrents de sa propre technologie, rendue universelle et plus facile à implémenter.

Source : [Site Officiel](#)



Lyra va lancer sa propre solution de SoftPOS

France – TPE, Encaissement & Paiement Mobile – 22/11/2023

Le groupe toulousain Lyra, qui s'est fait un nom sur le marché du e-commerce avec sa plateforme de paiement Payzen, présente dans 65 000 magasins de détail en France, veut franchir une nouvelle étape. L'entreprise prévoit de lancer sa propre solution de paiements SoftPOS au printemps 2024 (T2 2024). De plus, Lyra vise également à toucher les touristes étrangers grâce à des intégrations avec Payconiq, UPI et bientôt iDEAL, Twint, Alipay+ et MB Way.

LES FAITS

- Créée il y a plus de 20 ans dans la région toulousaine, Lyra occupe une place particulière dans le monde de la fintech française.
- Avec sa solution de paiement baptisée Payzen, le groupe se positionne comme un outsider du paiement e-commerce avec 65 000 sites e-commerce.
- Pour franchir une nouvelle étape, le groupe souhaite offrir aux commerçants la possibilité d'intégrer encore plus de moyens de paiement internationaux en complément du Tap to Phone.
- Cette année, Lyra a permis l'intégration avec Payconiq (un système de paiement électronique qui a démarré ses opérations en Belgique) et le système de paiement instantané indien UPI.
- Il prépare également une intégration avec iDEAL aux Pays-Bas, Twint en Suisse, Alipay+ en Chine et MB Way au Portugal.
- Il emploie environ 250 personnes près de Toulouse, auxquelles s'ajoutent 250 personnes réparties dans une dizaine de filiales à l'étranger, représentant plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'entreprise (80 millions d'euros en 2022).
- Lyra continue progressivement sa croissance (un chiffre d'affaires attendu à près de 90 millions d'euros en 2023) et ambitionne de devenir la première licorne française autofinancée.

ENJEUX

- **Proposer une alternative au terminal de paiement pour les commerçants :** cette nouvelle solution sera plus développée que les autres présentes aujourd'hui, car il sera possible de payer non seulement avec des cartes bancaires, mais également avec d'autres moyens de paiement, comme des QR codes.
- **Toucher de nouvelles cibles :** la technologie SoftPos permet également d'atteindre de nouvelles cibles, pour répondre à leurs besoins, à l'instar :
 - Des acteurs de la mobilité comme les taxis
 - Les magasins et les sites touristiques peuvent profiter de cette solution pendant les périodes d'affluence pour limiter les files d'attente en rendant les vendeurs nomades.
- **Toucher également les touristes :** désormais, les touristes indiens pourront acheter des billets pour la Tour Eiffel en roupie en présentant un code QR depuis une application bancaire indienne. Les grandes économies émergentes telles que le Brésil, l'Inde et la Chine préfèrent que leurs citoyens paient avec des méthodes de paiement nationales plutôt que d'utiliser des cartes américaines telles que MasterCard ou American Express.

MISE EN PERSPECTIVE

- Lyra s'est imposée comme une référence, notamment en Argentine, où ses solutions sont utilisées par exemple pour [recharger les cartes des usagers du réseau de bus](#) de Buenos Aires. La société continue d'étendre ses opérations au Brésil et en Inde.
- La stratégie internationale de Lyra n'est pas nouvelle. Pour rappel, [Lyra a lancé sa solution de paiement via l'application de messagerie WhatsApp en 2019](#), avec pour objectifs, d'augmenter sa présence à l'étranger.
- Concernant le secteur du SoftPOS, Apple vient d'annoncer le lancement en France de sa fonctionnalité Tap-To-Pay, qui permet de transformer son iPhone en terminal de paiement. [BPCE a été l'un des premiers acteurs bancaires à annoncer la disponibilité du Tap-to-Pay pour les commerçants](#). Cette solution est déjà disponible dans les applications iPhone dédiées Banque Populaire et Caisse d'Epargne. Outre BPCE, Revolut le propose également, tout comme les PSP Adyen, SumUp, myPOS, Viva.com et Worldline.

Source : [Communiqué de presse](#)

STEP 1: Create Link



STEP 2: Share link



STEP 3: Collect Payment



Paieement fractionné

Amazon étend l'option BNPL B2B d'Affirm aux entreprises individuelles

Etats-Unis – BNPL – 07/10/2023

Amazon a élargi son partenariat avec Affirm pour fournir des services BNPL via Amazon Business. Il s'agit du premier service BNPL B2B d'Affirm à répondre aux besoins des entreprises individuelles et à les aider à se développer.

LES FAITS

- Les clients Amazon Business peuvent désormais partager le coût total des achats éligibles et payer au fil du temps avec Affirm, sans frais de retard ni frais cachés.
- Amazon Business a déjà commencé à déployer la solution auprès des entreprises éligibles, et cette nouvelle option de paiement sera disponible pour tous les clients Amazon Business éligibles d'ici le Black Friday.
- Cela marque le lancement de la nouvelle solution de BNPL B2B d'Affirm pour les entreprises individuelles.
- Les entreprises individuelles peuvent à présent recevoir une décision de crédit rapide en sélectionnant Affirm comme option de paiement et en fournissant les informations requises lors du paiement sur Amazon Business :
 - Si la demande est approuvée, il peut alors choisir des plans de versement de 3 à 48 mois.
 - Par exemple, un achat de 200 \$ avec un taux d'intérêt annuel de 15 % coûterait au client 34,81 \$ sur 6 mois, pour un total de 208,84 \$.

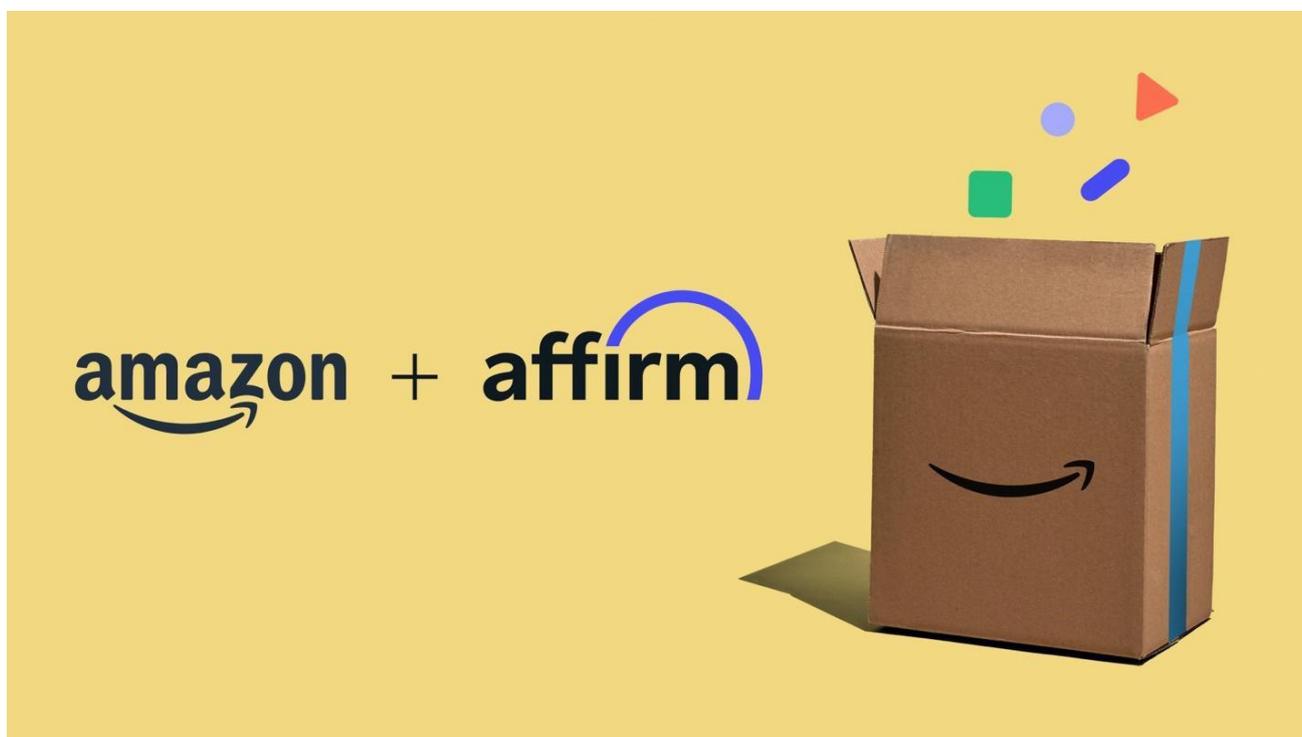
ENJEUX

- **Amazon élargit son partenariat avec Affirm** : en intégrant Affirm comme option de paiement, Amazon peut offrir plus de flexibilité et de commodité à ses clients. La technologie d'Affirm, sa facilité d'intégration et sa capacité à prendre en charge un large éventail de transactions, en particulier avec des millions de clients Amazon utilisant déjà Affirm, en font une extension naturelle du partenariat initiée précédemment.
- **Le BNPL en croissance constante** : au moment de l'annonce, cette expansion intervient à un moment où le BNPL reste populaire auprès des consommateurs. Alors que les consommateurs sont confrontés à des pressions économiques croissantes telles que l'inflation, les offres telles que BNPL sont de plus en plus adoptées comme méthode de paiement privilégiée.
- **Aider les entreprises individuelles à croître** : selon l'IRS1, il existe plus de 28 millions d'entreprises individuelles aux États-Unis. Amazon veut aider ces entreprises à augmenter leur pouvoir d'achat, à mieux gérer leurs flux de trésorerie et à accélérer leur croissance en leur offrant un moyen transparent et flexible de payer les produits dont ils ont besoin au fil du temps.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Affirm a été lancé sur Amazon.com et l'application mobile Amazon en 2021](#), étendu à Amazon.ca en 2022 et intégré directement à Amazon Pay comme option de paiement plus tôt cette année. La collaboration accrue de l'entreprise avec Amazon intervient à un moment où les petites et moyennes entreprises (PME) recherchent de nouvelles opportunités de financement alors que les sources de financement traditionnelles ne sont plus disponibles.
- Un [récent rapport PYMNTS](#) note que les PME peuvent être motivées par un sentiment d'immédiateté, puisque seulement 26 % d'entre elles disposent de revenus depuis au moins 60 jours et 17 % n'ont pas d'accès immédiat aux ressources d'aide d'urgence.
- La même semaine, [Walmart Canada a lancé une nouvelle offre permettant aux clients de choisir une offre de BNPL sans intérêt optimisé par Klarna](#) :
 - Le service BNPL de Klarna permet aux clients de Walmart Canada de diviser leurs achats en quatre paiements flexibles sans intérêt sur six semaines.
 - Les paiements de BNPL au Canada augmentent de 51,6 % par an et devraient atteindre 2,13 milliards de dollars d'ici la fin de 2023.

Source : [Communiqué de presse](#)



KYC & Identité Numérique

Sofinco s'associe avec MiTrust pour accélérer la souscription de crédit

France – Identité & KYC – 08/11/2023

Après avoir simplifié le processus de souscription aux offres 3XCB et 4XCB. Sofinco vient d'annoncer un partenariat avec MiTrust pour accélérer la souscription des financements.

LES FAITS

- MiTrust est un intermédiaire de confiance inscrit auprès de l'ACPR en tant que prestataire de services d'information sur les comptes et joue un rôle de filtre dans le partage de données personnelles.
 - Seules les données personnelles nécessaires avec le consentement des clients seront fournies.
- MiTrust ne stocke aucune donnée de transaction une fois son rôle terminé.
- Le client n'a pas besoin de créer un compte MiTrust pour utiliser le nouveau service.
- Il suffit de partager les données requises ou les documents conformes en matière de financement directement sur le site internet de Sofinco :
 - Les données sont téléchargées instantanément et en quelques clics.
 - Les clients peuvent donner leur consentement à tout moment du processus
- Dans son premier cas d'utilisation, introduit en juillet, MiTrust a permis un partage en ligne simple et 100 % sécurisé des revenus imposables connus des autorités fiscales.
 - Dans un premier temps, MiTrust obtient le consentement du client et l'informe des informations qu'il collecte avant d'authentifier son identité auprès des services fiscaux.
 - Une fois que MiTrust a obtenu les informations de consentement nécessaires, le client peut consulter les informations obtenues.
 - Quand les données ont été transférés à Sofinco, l'utilisation de MiTrust prendra fin.
 - Le client poursuivra le parcours sur le site Sofinco, pour soumettre les autres documents requis.
 - MiTrust supprimera toutes les données personnelles du client suite à cette demande de prêt.

ENJEUX

- **Une utilisation simple dans un parcours fluide** : les clients n'ont pas besoin de créer un compte chez MiTrust pour utiliser ce nouveau service. Sofinco a intégré le nouveau service directement dans le processus de demande de prêt pour créer un processus transparent et faciliter les demandes.
- **Sofinco mise sur la co-construction de solution et de process en collaboration avec des startups comme axe de développement stratégique** : la solution MiTrust a impressionné l'équipe digitale et innovation de Sofinco. La co-construction est un axe stratégique de développement de l'innovation pour améliorer l'expérience client et renforcer l'efficacité opérationnelle de Sofinco.
- **Sofinco mise sur le consentement du client pour une expérience client améliorée** : cette nouvelle solution repose sur le consentement préalable du client. Cela leur permet de les accompagner dans le processus de souscription, de fournir des pièces justificatives conformes et de faciliter la

constitution de leurs dossiers. Dans ce contexte, la solution MiTrust devient un véritable atout dans le parcours de souscription du client.

MISE EN PERSPECTIVE

- Sofinco continue de simplifier ces processus de souscription pour offrir une expérience client fluide. Il [s'était tourné alors vers Crédit Agricole Payment Services, pour proposer une offre commune de paiement fractionné et d'encaissement mobile Up2pay](#). Une offre qui permet aux clients finaux de régler facilement leurs achats en plusieurs fois.
- Du côté de [MiTrust, il s'était associé à Algoan plus tôt cette année pour utiliser la smart data dans le credit scoring](#). L'objectif est de créer une offre commune de "banque ouverte" qui combine transparence, gestion des données et analyse d'accessibilité.

Source : [Communiqué de presse](#)



Sofinco
Vous donner de l'avance_

Nexi a vendu son activité eID nordique à la société française IN Groupe

Europe – Identité & KYC – 13/11/2023

Nexi a vendu son activité nordique eID à la société française d'identification numérique IN Groupe pour 127,5 millions d'euros.

LES FAITS

- Outre divers services de confiance dans les pays nordiques, la vente comprend MitID, un élément clé de l'infrastructure eID du Danemark, et NemLog-in, qui sert de porte d'entrée aux particuliers dans la plupart des secteurs public et privé.
- La combinaison des capacités eID de Nexi avec IN Groupe augmente la capacité à accompagner leurs clients dans toute l'Europe, notamment avec l'introduction de nouvelles réglementations, telles que eIDASv2 et NIS2.
- La transaction est valorisée à 90 millions d'euros en acomptes, avec un bénéfice de 37,5 millions d'euros dépendant de la performance.
- Cette activité devrait générer un EBITDA annuel de 11 millions d'euros en 2023.
- L'acquisition devrait être finalisée d'ici l'été 2024, sous réserve de l'approbation des autorités réglementaires danoises.

ENJEUX

- **Rationaliser ses opérations** : la vente s'inscrit dans le cadre des efforts de Nexi visant à rationaliser ses opérations et à se concentrer uniquement sur son activité principale de paiement numérique en Europe.
- **Se concentrer sur les paiements numériques en Europe** : cela a donc contraint l'entreprise à concentrer ses investissements sur les paiements et à vendre son activité eID.
- **Se préparer aux nouvelles réglementations et s'étendre géographiquement** : pour IN Groupe, cette acquisition est une opportunité d'élargir sa présence géographique et de se préparer aux futures évolutions réglementaires.

MISE EN PERSPECTIVE

- La bataille acharnée que les entreprises doivent mener contre les fraudeurs lors des paiements à des tiers a atteint un nouveau niveau, notamment avec l'introduction des paiements instantanés. C'est pourquoi [Sis ID s'associe à IPID pour lutter contre la fraude aux paiements](#).
- De plus, [American Express a commencé à tester la reconnaissance faciale et les empreintes digitales pour authentifier les utilisateurs lors des paiements en ligne](#). Le projet pilote a débuté à la fin du mois dernier. La société prévoit d'introduire la reconnaissance d'empreintes digitales et faciale pour tous les titulaires de carte AmEx au début de l'année prochaine.
- Thales Group et Google Cloud contrôlent également une joint-venture française appelée S3NS. Il propose notamment une solution de "contrôle local" qui promet d'améliorer la sécurité des données stockées dans le cloud. Et c'est [cette solution qu'a choisi le Groupe Matmut pour assurer le contrôle de ses données protégées](#), mettant en avant d'importantes questions de souveraineté.

Source : [Communiqué de presse](#)



Lloyds Bank accélère son parcours clients in-app, en permettant aux clients de scanner leur passeport

Royaume-Uni – KYC & Identité Numérique – 30/11/2023

Lloyds Bank a introduit la possibilité d'ouvrir un compte au Royaume-Uni en scannant simplement la puce de son passeport.

LES FAITS

- Semblable aux paiements sans contact (comme Apple Pay), l'application utilise la technologie NFC pour scanner la puce intégrée dans le passeport.
- Alors que l'utilisation de la technologie NFC devient de plus en plus courante, notamment depuis l'introduction des paiements sans contact, Lloyds Banking Group est le premier à utiliser cette technologie pour la vérification d'identité dans une banque britannique.
- Grâce à la technologie existante dans les passeports, les clients peuvent ouvrir et compléter des demandes de compte bancaire directement depuis leur smartphone.
- Il s'agit de la première d'une série de mises à jour que Lloyds prévoit d'apporter à son application bancaire au cours des prochains mois afin d'offrir aux clients la meilleure expérience possible.

ENJEUX

- **Accélérer le parcours de souscription** : cette nouvelle fonctionnalité vise à accélérer le traitement des demandes en préremplissant les champs de données clés, notamment le nom, le titre, la date de naissance, le sexe et le pays de naissance.
- **Miser sur une expérience client sans rupture afin que les clients puissent aller au bout du parcours de souscription** : en plus d'offrir une expérience client plus fluide, cela réduit également le risque d'erreurs potentiellement coûteuses en termes d'acquisition clients.

MISE EN PERSPECTIVE

- Plus tôt en 2023, [Lloyds Banking Group a investi 4 millions de livres sterling dans Caura](#), une application automobile tout-en-un conçue pour simplifier les paiements pour les automobilistes.
- Par ailleurs, en 2022, [Lloyds Bank s'est également concentrée sur la transition énergétique](#). Il a noué un partenariat avec Octopus Energy pour améliorer l'efficacité énergétique des clients du groupe. Avec pour objectif de faciliter l'accès à cette transition énergétique en récompensant les comportements éthiques et en facilitant le financement des équipements nécessaires à sa réalisation.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Stratégie d'acteur

Orange lance une "super app" en Afrique

Afrique – Stratégie d'acteur – 24/11/2023

Orange a annoncé le lancement d'une nouvelle "super application" pour les services financiers et le commerce électronique. Outre les services financiers mobiles, Orange s'appuie sur un réseau de 500 000 points physiques en Afrique.

LES FAITS

- Cette semaine, Orange a annoncé le lancement d'une super application appelée "Max it" au Cameroun, au Sénégal, au Mali, au Burkina Faso, au Botswana et bientôt sur 12 autres marchés.
- Auparavant, Orange opérait sur le continent africain à travers deux applications distinctes. L'un était destiné à l'accès aux services de télécommunications et l'autre aux paiements via Orange Money.
- Grâce à cette nouvelle offre, ceux-ci seront entièrement intégrés et combineront également des services de commerce électronique tels que des billets numériques, des vidéos et des jeux en ligne avec des paiements par téléphone.
- Orange souhaite redimensionner son application existante pour passer de 22 millions d'abonnés actifs à 45 millions d'ici deux ans.
- Le groupe dispose déjà de 500 000 points de vente physiques et agences bancaires en Afrique, qui lui ont permis de conserver sa licence bancaire en Côte d'Ivoire.

ENJEUX

- **L'Afrique le nouvel eldorado pour Orange** : depuis l'accord signé avec BNP Paribas en juin dernier, l'opérateur de télécommunications ne croit plus au système bancaire en Europe, c'est pourquoi l'Afrique est devenu un nouvel axe stratégique clé pour Orange.
- **Une concurrence féroce sur le marché africain** : face à cette concurrence, Orange est déterminé à passer de son positionnement "télécoms" à une approche multiservices sur un continent où le taux de bancarisation est bas et les services financiers deviennent de plus en plus accessibles via les appareils mobiles.
- **Des partenariats avec des banques locales pour compléter son offre** : Orange n'hésite pas à s'associer à d'autres banques comme la Nigeria Access Bank au Botswana pour ajouter du crédit à son offre.

MISE EN PERSPECTIVE

- Sur le continent africain, les opérateurs français traditionnels sont confrontés à la concurrence croissante des opérateurs télécoms comme Safaricom et des services de transfert d'argent, tels que Vodacom, M-Pesa et MTN MoMo.
- [M-Pesa](#) et [MTN MoMo](#) comptent chacun 50 millions d'utilisateurs sur leurs services de paiement.
- Cet été, la division mobile money de l'opérateur télécom sud-africain [MTN s'est associée à un partenaire financier et commercial très solide en cédant une participation minoritaire de son capital au géant Mastercard](#). MTN MoMo vaut déjà environ 5 milliards de dollars.

Source : [Communiqué de Presse](#)



Monnaie Digitale & Web 3

Mastercard noue un partenariat avec MoonPay pour intégrer le Web3 dans le marketing expérientiel

International – Monnaie Digitale & Web 3 – 02/11/2023

Mastercard s'associe à MoonPay pour tirer parti de la blockchain et du Web3 afin d'améliorer l'expérience client et les efforts de marketing expérientiel.

LES FAITS

- La société s'est associée à la société d'infrastructure Web3 MoonPay pour explorer comment ces outils peuvent améliorer les connexions des consommateurs et redéfinir l'engagement et la fidélisation des clients.
- Otherlife, filiale de MoonPay, est spécialisée dans les services d'agence de création Web3, de développement, de stratégie et de services expérientiels, elle jouera un rôle important dans ce partenariat.
- MoonPay a déclaré qu'elle travaillerait en étroite collaboration avec Mastercard pour intégrer ses produits et solutions afin de promouvoir la confiance, la conformité et l'efficacité dans l'ensemble du secteur.
- Dans le cadre de ce nouveau partenariat, MoonPay exploitera les technologies de paiement de Mastercard, notamment Mastercard Send et Click to Pay.
- MoonPay utilise Mastercard Crypto Credentials, un ensemble commun de normes et d'infrastructures qui valident les interactions fiables entre les consommateurs et les entreprises sur les réseaux blockchain.

ENJEUX

- **Tirer parti de la blockchain pour améliorer l'expérience client** : ce partenariat vise à exploiter le potentiel de la blockchain pour créer des connexions uniques et des moments significatifs tout en élargissant sa portée dans tous les secteurs.
- **Une collaboration visant à améliorer les efforts de marketing expérientiel** : MoonPay et Mastercard collaboreront pour explorer comment les outils Web3 peuvent améliorer les efforts de marketing expérientiel. Le partenariat vise à créer des moyens innovants d'interagir avec les consommateurs et de proposer des expériences différenciées en intégrant la technologie blockchain.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'investissement continu de Mastercard dans la technologie blockchain démontre l'engagement de l'entreprise d'apporter la confiance et la transparence dans un environnement en constante évolution. Par exemple, la société a déjà lancé [Mastercard Artist Accelerator](#), une plateforme Web3 et d'éducation musicale qui permet aux musiciens de créer, de collaborer et de monétiser leur travail à l'aide des outils et ressources Web3.
- Cette nouvelle collaboration intervient environ deux mois après que MoonPay a lancé [une branche d'investissement visant à soutenir et à établir des partenariats avec des startups des écosystèmes Web3](#)

[et FinTech](#). La nouvelle société, MoonPay Ventures, annoncée le 29 août, offre aux entreprises en démarrage un accès au capital et aux ressources, au mentorat et à l'expertise du secteur.

- En août, [MoonPay s'est associé à Binance.US](#), la branche américaine de la plateforme d'échange de crypto Binance. Dans le cadre de ce partenariat, MoonPay fourni à Binance.US un moyen alternatif de convertir des dollars en crypto-monnaies à un moment où plusieurs partenaires bancaires ont rompu leurs liens avec Binance.US.

Source : [Site officiel](#)



Coinhouse lance un compte euro pour l'achat de cryptomonnaies

International – Monnaie digitale & Web 3 – 10/11/2023

Coinhouse lance des comptes en euros, un service visant à fluidifier l'achat et la revente de Bitcoin, Ethereum et autres actifs cryptographiques, et espère renouer avec la rentabilité d'ici 2024.

LES FAITS

- Le courtier en actifs cryptographiques Coinhouse annonce officiellement l'ouverture d'un compte en euros.
- Désormais accessible aux particuliers et prochainement pour les entreprises également.
- Coinhouse n'est pas une banque, donc le compte en euros n'est pas un compte bancaire :
 - Le courtier est un prestataire de services de paiement de Trezor, filiale de la Société Générale.
 - Cependant, comme tout compte de dépôt, il permet d'envoyer et de recevoir de l'argent.
- Auparavant, pour investir, les investisseurs devaient payer Coinhouse avec une carte de paiement ou transférer de l'argent sur un compte géré par Coinhouse.
- Associé à l'IBAN (nominatif et personnel), le compte peut être ajouté à l'espace client de la banque principale de l'investisseur.
- Les clients peuvent y envoyer et retirer de l'argent de leur compte pour acheter directement du Bitcoin, de l'Ethereum, etc.
- Le compte en euros est gratuit pour les particuliers, mais sera facturé pour les entreprises.
- Il n'y a pas de frais de tenue de compte (54 euros par an pour un compte professionnel) sauf s'il n'y a aucun virement entrant ou sortant dans les 120 jours :
 - Coinhouse facturera 5 euros par période (soit 15 euros si il n'y a pas d'activité pendant 1 an).
- En cas d'incident de paiement, les frais applicables seront également à la charge du titulaire du compte.
- Toutefois, des frais sont facturés pour les transactions via des comptes en euros.
 - Pour acheter ou vendre des actifs crypto par virement bancaire : des frais de 2,49% à 2,99% sont facturés (3,49% par carte bancaire).

ENJEUX

- **Un compte euros pour faciliter l'investissement dans les cryptomonnaies** : l'objectif principal de ce compte est de simplifier l'achat et la conversion d'actifs cryptographiques en euros. Auparavant, l'échange d'actifs cryptographiques en euros se faisait par virement bancaire depuis un compte au nom du courtier vers un compte bancaire externe. Le compte en euros, permet de transférer de l'argent entre deux comptes d'investisseur.
- **Un retour vers la rentabilité** : pour Coinhouse, l'introduction des comptes en euros se produit dans un contexte particulier. Dernièrement, ils ont payé le prix de la perte d'engouement pour le Metaverse, les NFT et le Web 3. L'objectif est de revenir à la rentabilité en 2024.
- **Un usage complémentaire à l'utilisation des stablecoins pour Coinhouse** : cette utilisation des comptes en euros complète l'utilisation des stablecoins, qui sont des cryptomonnaies rattachées à des monnaies fiduciaires comme l'euro ou le dollar. Les investisseurs utilisent des stablecoins pour rester

dans le monde de la cryptographie, il n'y a donc pas de taxes lors de la conversion de Bitcoin en EUR-L, le stablecoin en euro disponible sur Coinhouse.

MISE EN PERSPECTIVE

- Après une année 2022 marquée par [la faillite de la plateforme FTX](#) qui a touché certains investisseurs français et un début d'année 2023 poussif, le marché des cryptos a retrouvé de sa vigueur ces dernières semaines.
- Depuis la mi-septembre, [la valeur du Bitcoin a augmenté de près de 40%](#), pour atteindre environ 35 000 euros le 10 novembre, son prix le plus élevé depuis le printemps 2022.
- Coinhouse explore également la possibilité d'ajouter des cartes de paiement, mais les méthodes de paiement restent limitées et n'offrent pas de facilité de paiement, comme le BNPL.

Source : [Communiqué de Presse](#)

Le Compte Euro, zéro obstacle à la crypto.

Fluidifiez, simplifiez, investissez.
Vos échanges euro/crypto n'ont jamais été aussi faciles.

Créer mon compte



Les clients d'ICICI Bank peuvent désormais payer en roupie numérique via le QR code d'un commerçant

Inde – TPE, Encaissement & Paiement Retail – 14/10/2023

ICICI Bank a annoncé qu'elle avait permis à des millions de clients en Inde, de payer par code QR les commerçants à l'aide de l'application de roupie numérique (e ₹) de la banque "Bank's Digital Rupee ICICI".

LES FAITS

- ICICI Bank a rendu cela possible en rendant interopérable son application numérique en roupies UPI (Unified Payments Interface).
- Cette intégration permet aux clients de scanner les codes QR UPI existants chez les commerçants afin de payer via l'application numérique en roupies.
- ICICI Bank a été sélectionnée pour participer à la première phase du programme pilote de monnaie numérique lancé par la Reserve Bank of India (RBI) en décembre 2022.
- La banque opère dans 80 villes à travers le pays.
- Pour utiliser la nouvelle fonctionnalité d'ICICI Bank, il suffit de :
 - mettre à jour "ICICI Bank Digital Rupee" sur Playstore ou Apple Store
 - se connecter à l'application et cliquer sur l'option scan du code QR
 - scanner le code QR UPI du commerçant, sélectionner le montant et saisir son code PIN.
- L'application "ICICI Bank Digital Rupee" est disponible pour les appareils Android et iOS.

ENJEUX

- **Aider les commerçants à accepter les paiements en roupies numériques** : il aide les commerçants à accepter les paiements numériques en roupies sur leurs codes QR UPI existants, éliminant ainsi le besoin d'une intégration supplémentaire.
- **Permettre le développement de la roupie numérique en Inde** : l'introduction par ICICI Bank de l'interopérabilité UPI sur son application numérique en roupie apporte de la flexibilité et de la commodité aux clients, permettant de pouvoir stimuler l'utilisation de la roupie numérique en Inde.
- **ICICI Bank veut s'engager dans le projet d'une Inde numérique** : ICICI Bank s'efforce de fournir des solutions bancaires numériques innovantes à ses clients. C'est pourquoi cette nouvelle fonctionnalité "ICICI Bank Digital Rupee" permettra à la banque de participer à l'importante évolution en cours vers une Inde numérique.

MISE EN PERSPECTIVE

- Début 2023, la fintech indienne [Paytm Payments Bank Limited \(PPBL\) a été la première institution bancaire indienne à intégrer la fonctionnalité UPI Lite](#). Une initiative qui devrait accélérer l'adoption des paiements numériques en Inde et renforcer la position de Paytm en tant que principale société de paiements numériques dans le pays.
- Récemment, [Hitachi Payment Services a lancé UPI-ATM en collaboration avec la National Payments Corporation of India \(NPCI\)](#). Les guichets automatiques en marque blanche UPI uniquement visent à améliorer la sécurité des clients en éliminant le besoin de cartes physiques.

- Aux États-Unis, [Adyen a annoncé le lancement de sa solution de Pay-by-Bank en partenariat avec Plaid prévue pour le début 2024](#). Le partenariat entre Adyen et Plaid visera à démocratiser l'usage du Pay-by-bank aux Etats-Unis, une solution qui permet de réduire la fraude et les coûts associés aux paiements.

Source : [Communiqué de presse](#)



The image is a promotional graphic for ICICI Bank's Pockets app. It features a central smartphone displaying the app's interface with a 'p' logo, the text 'UPI ID 123@pockets', and a QR code. To the right, the text reads 'Pockets by ICICI Bank introduces facility to debit your wallet while using UPI'. Below this, four circular icons illustrate key features: 'Money transfer to Savings Account and much more' (with a house icon), 'Scan & Pay' (with a QR code icon), 'Collect & Send requests' (with a smartphone icon), and 'UPI payments at merchant sites' (with a merchant site icon). The ICICI Bank logo is in the top right corner, and 'T&C apply.' is in the bottom right corner.

ICICI Bank

Pockets by ICICI Bank introduces facility to debit your wallet while using UPI

UPI ID
123@pockets

Money transfer to Savings Account and much more

Scan & Pay

Collect & Send requests

UPI payments at merchant sites

T&C apply.

HSBC lance la tokenisation du lingot d'or physique

Royaume-Uni – Monnaie Digital & Web 3 – 15/11/2023

Selon un communiqué de presse de HSBC Londres, la banque a procédé au premier échange de « jetons » équivalents-or sur la blockchain. La banque propose actuellement cette option de trading via un actif physique (lingots d'or), en particulier un « jumeau numérique » de l'or appelé LOCO LONDON, qui est physiquement détenu chez HSBC.

LES FAITS

- L'approche de HSBC en matière de tokenisation de l'or génère une représentation numérique des avoirs en or physique d'un client et est intégrée à l'infrastructure opérationnelle de HSBC, y compris HSBC Evolve.
- Cette représentation numérique permet aux clients de voir les transactions et positions sur l'or qui correspondent à leurs avoirs physiques, permettant aux investisseurs un suivi plus efficace et rentable de leurs investissements.
- Cette approche alloue automatiquement les lingots d'or qui répondent aux critères de l'investisseur et les convertit en tokens.
- Les lingots d'or Loco London valent 400 onces troy, tandis que les jetons de la plateforme de tokenisation d'or HSBC valent 0,001 once troy.
- Par ailleurs, HSBC a déclaré que cette fonctionnalité pourrait être développée également pour les investisseurs particuliers, en fonction de la juridiction et du cadre réglementaire soumis.

ENJEUX

- **Jouer un rôle clé dans l'implémentation de nouvelles infrastructures dans le marché des capitaux** : HSBC est l'un des premiers à adopter le DLT et espère renforcer sa position sur le marché de l'or. Il veut continuer à jouer un rôle important dans l'introduction de nouvelles infrastructures sur les marchés des capitaux.
- **Développer la tokenisation de l'or aux particuliers** : en proposant d'abord cette approche de tokenisation de l'or aux investisseurs institutionnels, HSBC pourrait éventuellement être en mesure de proposer également cette typologie d'investissement aux particuliers.
- **La tokenisation de l'or physique clé de voûte dans la stratégie de HSBC en matière d'actif numérique** : la tokenisation de l'or physique représente une nouvelle avancée dans la stratégie globale d'actifs numériques de HSBC. HSBC a constaté une demande croissante pour des solutions en actifs numériques natifs, permettant l'intégration de cas d'utilisation spécifiques du monde réel tels que l'or.

MISE EN PERSPECTIVE

- L'approche de HSBC en matière de tokenisation de l'or complète HSBC Orion, la plateforme existante de la banque pour l'émission et le stockage d'actifs numériques natifs tels que les obligations numériques.
- HSBC est l'un des plus grands dépositaires de lingots au monde et l'une des quatre sociétés de compensation sur le marché de l'or de Londres.
- Selon la London Bullion Market Association (LBMA), plus de 20 millions d'onces d'or sont vendues chaque jour en valeur nette.

Source : [Communiqué de presse](#)



BNP Paribas et Goldman Sachs investissent dans l'univers de la cryptomonnaie pour révolutionner les paiements numériques

International – Monnaie Digitale & Web 3 – 20/11/2023

La blockchain est en train de bouleverser le monde financier. Les banques traditionnelles l'ont bien compris et investissent massivement dans cette technologie prometteuse, notamment Goldman Sachs et BNP Paribas qui viennent d'investir 95 millions de dollars dans la startup Finality.

LES FAITS

- Goldman Sachs et BNP Paribas ont mené ce deuxième tour de table, avec la participation d'autres acteurs du secteur bancaire et financier, notamment :
 - Euroclear, DTCC, WisdomTree et les investisseurs historiques de Finality, notamment Nomura, Banco Santander et Barclays.
- L'objectif de Finality est de créer un réseau mondial de gestion de liquidité fonctionnant 24h/24 et 7j/7.
- Le projet Finality vise à remplacer le système de paiement interbancaire actuel, considéré comme lent et coûteux, par un réseau blockchain plus efficace.
- Les stablecoins adossés aux principales devises permettent des transferts quasi instantanés entre institutions financières.
- La première version du système, baptisée USC (Utility Settlement Coin) et basée sur Ethereum, avait déjà fait l'objet d'une preuve de concept convaincante début 2022.
- À l'avenir, Finality entend accélérer cette démarche et obtenir rapidement les approbations nécessaires des régulateurs, notamment de la Banque d'Angleterre.
- Finality a pour objectif de lancer son offre pour 2024.

ENJEUX

- **Une révolution des systèmes de paiement interbancaires** : il s'agit de soutenir l'émergence de nouveaux modèles de paiement numérique, par exemple en permettant aux institutions financières d'utiliser plus facilement les monnaies des banques centrales (CBDC) pour échanger des actifs cryptographiques et effectuer des paiements transfrontaliers.
- **Concurrer le système de paiement SWIFT** : le défi de concurrer SWIFT, qui a peu évolué depuis sa création dans les années 1970. C'est certainement un défi pour Finality et ses 14 autres banques actionnaires, dont Barclays, ING et Swiss Credit.
- **Disposer des ressources nécessaires pour concrétiser son projet** : grâce à un financement record, Finality dispose des ressources nécessaires pour réaliser son ambitieux projet. La startup crypto, soutenue par des leaders du secteur bancaire, semble bien placée pour révolutionner la finance de demain grâce à la blockchain, sous réserve de l'approbation réglementaire.

MISE EN PERSPECTIVE

- [Reuters a rapporté que Finality](#) a levé 77,7 millions de livres (95 millions de dollars) pour l'occasion. Depuis sa création en 2019, l'entreprise a levé un financement total de 158 millions de dollars.
- De nombreuses banques comme Goldman Sachs et BNP Paribas misent sur cette innovation mettant en œuvre la blockchain, [comme JPMorgan et ses solutions de paiement programmables](#).

Source : [LinkedIn](#)



Mobilité

Littlepay et SkyBus facilite le paiement dans les transports en commun australien

Australie – Mobilité – 03/10/2023

La société britannique LittlePay a annoncé le lancement du paiement sans contact sur les Skybus australiens. La nouvelle solution de billetterie sera disponible pour la première fois sur la liaison Hobart-Aéroport-Ville de SkyBus, offrant ainsi aux clients la possibilité de payer leur voyage sans acheter de billet avant l'embarquement.

LES FAITS

- La nouvelle solution de billetterie est désormais disponible à l'aéroport de Hobart et sur les lignes SkyBus de la ville. Cela donne aux clients la possibilité de payer leur trajet sans avoir à acheter de billet avant de monter à bord.
- Ce service complète les modalités actuelles d'achat de billets SkyBus (site internet, application, borne au point de départ).
- Littlepay, Masabi et Mastercard Gateway renforcent les partenariats existants pour rejoindre le développement des paiements embarqués en Australie en offrant une plus grande flexibilité et modularité pour offrir une expérience de paiement transparente.
- En plus des partenaires ci-dessus, la livraison a été réalisée en collaboration avec Commonwealth Bank et Fujitsu.
- Skybus fait partie de Kinetic, l'un des clients de Littlepay au Royaume-Uni.
- Littlepay accepte les cartes entrantes et s'intègre aux systèmes de paiement via sa plate-forme cloud conforme à la norme PCI, fournissant une solution de paiement ouverte complète pour le secteur des transports.
- La plateforme de la société s'intègre à des solutions de back-office de transports publics tierces, telles que Justride de Masabi, permettant aux opérateurs d'approuver l'adoption du cEMV sans la complexité des projets commandés.
- En tant que société de paiement spécialisée dans les transports publics, Littlepay fournit des services de traitement des paiements pour les solutions de billetterie EMV sans contact.

ENJEUX

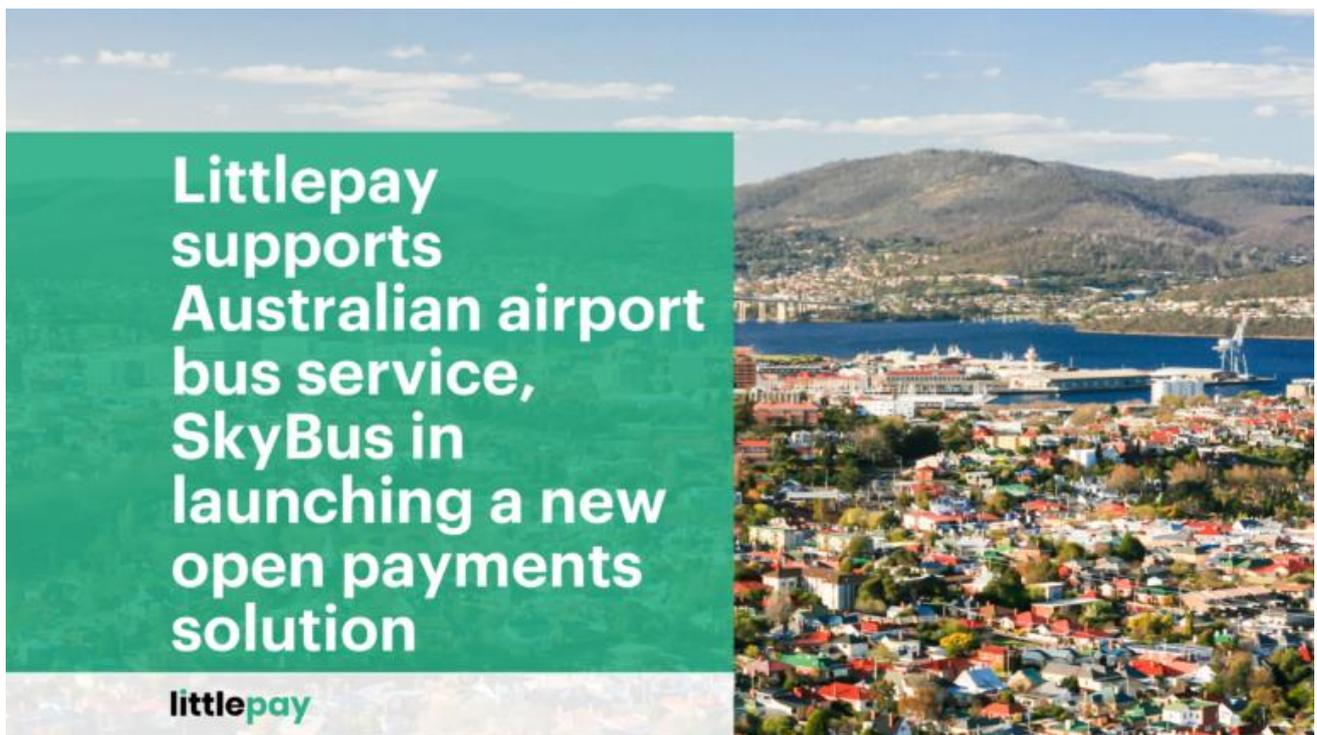
- **Des partenariats pour rendre l'expérience de paiement sans friction** : les représentants de Littlepay affirment que le déploiement vise à démontrer comment les partenariats collaboratifs peuvent améliorer l'innovation et améliorer l'expérience pour les utilisateurs des transports en commun.
- **Un lancement initial pour faciliter les transferts à l'aéroport** : la solution vise à optimiser l'expérience de voyage en minimisant les embouteillages et en réduisant les mouvements de véhicules sur le réseau routier de l'aéroport. La solution vise également à offrir aux clients une expérience de paiement simplifiée et pratique tout au long de leur parcours.
- **Littlepay développe le paiement sans contact dans le monde entier** : Littlepay a développé les paiements sans contact en direct au Royaume-Uni, en Europe, en Amérique du Nord et en Amérique

latine. Cependant, il ne s'agit que du deuxième déploiement de l'entreprise en Australie, le déploiement dans la région de la Nouvelle-Galles du Sud début octobre 2023 étant le premier de l'entreprise. Grâce à ces deux développements, Littlepay soutient son objectif d'étendre ses activités dans la région Asie-Pacifique.

MISE EN PERSPECTIVE

- Fin juin 2023, [le métro de Lisbonne, un système de transport basé au Portugal, s'est associé à Littlepay](#) pour permettre les paiements par carte bancaire sans contact.
- Le partenariat a permis à la compagnie de transport en commun d'améliorer son infrastructure de paiement pour mieux répondre aux besoins des clients. L'option de paiement proposée aux usagers du métro de Lisbonne faisait partie d'un effort de modernisation plus large visant à accroître l'utilisation des transports publics dans la ville.
- De plus, [Littlepay a intégré American Express sur sa plateforme de paiement en avril 2023](#) pour proposer des paiements sans contact aux chauffeurs-livreurs. Environ 250 transporteurs utilisant Littlepay étaient sur le point d'être autorisés à accepter American Express. Le but de cette mesure était d'augmenter le nombre d'options de transports publics disponibles pour les titulaires de carte American Express pour payer les transports publics dans le monde entier.

Source : [Communiqué de Presse](#)



La Banque Postale annonce un partenariat avec Kuba France au service de la mobilité

France – Mobilité – 27/11/2023

La Banque Postale, à travers sa filiale eZyness, renforce son engagement dans la transition verte avec un nouvel accord de partenariat commercial dans le domaine de la mobilité avec Kuba France. L'objectif est d'accompagner les collectivités locales dans leurs démarches de transition énergétique et la mise en œuvre de solutions de mobilité basées sur l'open payment.

LES FAITS

- La Banque Postale et Kuba France travailleront ensemble pour accompagner les collectivités locales dans leurs démarches de transition énergétique et la mise en œuvre de solutions de mobilité.
 - Kuba est un expert français spécialisé dans le développement de solutions billettiques intégrées pour les transports publics.
- L'entreprise propose de nombreux services via sa plateforme Kubapay (mode Software-as-a-Service), parmi lesquels l'interopérabilité, les paiements ouverts, l'ABT (account-based ticketing), ou encore des services dédiés au paiement numérique.
- Leur solution permet une navigation utilisateur optimisée et intuitive, notamment grâce à l'utilisation de smartphones, de cartes bancaires ou de tickets.
- Parallèlement, en tant qu'acquéreur des paiements électroniques, La Banque Postale a développé un véritable savoir-faire dans le domaine des paiements ouverts.

ENJEUX

- **Ce partenariat concrétise une coopération de longue date sur des projets fondateurs, comme :** l'accompagnement de la mobilité dans les projets de la Ville de Cannes, le Grand Besançon Métropole et un projet en cours dans la région Nouvelle Aquitaine.
- **Une synergie entre les deux acteurs :** les entreprises comptent mettre à profit leur complémentarité, leur agilité et leur expertise technique et financière pour continuer à développer la mobilité.

MISE EN PERSPECTIVE

- En 2019, La Banque Postale a été la première banque française à mettre en œuvre la solution de paiement ouverte GIE Carte Bancaire.
- Via sa filiale eZyness, La Banque Postale collecte tous les flux générés par les paiements des voyageurs, quel que soit le canal d'utilisation (automates physiques, guichets, plateformes de réservation digitales ou directement en situation de mobilité avec paiements ouverts).

- eZyness permet de répartir les flux des différents services de mobilité proposés sur la plateforme à des tarifs ensuite ajustés au bénéfice des utilisateurs.

Source : [Communiqué de presse](#)

